



## 제 출 문

농림수산식품부 장관 귀하

이 보고서를 “한식 현지화 지원 사업에 관한 연구” 과제(세부과제 “한식 확산 단계 평가 지표 개발에 관한 연구”)의 보고서로 제출합니다.

2013 년 05 월 22 일

주관연구기관명 : 경기대학교

주관연구책임자 : 한 경 수

세부연구책임자 : 한 경 수

연 구 원 : 나 대 운

연 구 보 조 원 : 김 현 미

연 구 보 조 원 : 조 민 지

보 조 원 : 박 두 리

보 조 원 : 황 선 정

협동연구기관명 : Univ. of Arkansas

협동연구책임자 : 서 한 석

연 구 보 조 원 : 민 지 은

# 요 약 문

## I. 제 목

- 국문 : 한식 확산 단계 평가 지표 개발
- 영문 : Korean Food Diffusion Stage Evaluation Index Development

## II. 연구개발의 목적 및 필요성

정부는 정부는 2011년 09월에 「외식산업 진흥법」을 제정, 시행하였고, 외식산업 육성을 위한 인프라 구축, 경쟁력 향상, 농어업과 연계 강화 등 다양한 외식산업 진흥 정책을 추진하며, 한식의 확산은 국가적인 차원에서 높은 관심을 가지고 있다.

이에 한식 재단은 한식의 세계화를 이루기 위하여 우수 한식당 인증, 해외 한식 조리법 보급, 세계 한식 네트워크 구축, 한식 홍보 등의 역할을 수행하고, 있으며, 한식 세계화를 위하여 2012년 1월부터 프랑스, 영국, 독일, 오스트리아, 벨기에, 덴마크, 네덜란드, 스위스, 그리스, 이탈리아, 스페인 등 유럽 11개국별 한국과 대상국의 음식 전문 평가단이 직접 매장을 방문하여, 음식의 맛, 서비스, 위생, 인테이어 등을 평가하고 최종 선정된 한식당을 수록한 한식당 가이드를 발간하였다.

한 국가의 음식문화가 타문화권의 나라에서 성공을 하기 위해서는 먼저 민족적 특성과 인구통계학적 특성, 식품소비구조를 고려해야 하지만(June & Monica,2009) 실제 외식기업의 해외진출에 있어 가장 큰 애로사항은 해외 시장 정보의 부재라 볼 수 있다.(김용규;2000, 윤인상;2005, 한국식품연구원;2008, 한국외식연감;2009, 신선화;2010)

국가가 선진화 될수록 과학적이고 합리적인 의사결정을 위해서는 복잡한 사회현상을 계량적인 데이터나 간단한 수치로 쉽게 설명하여야 사람들의 설득력을 얻는 수 있으며, 이에 사회의 각 분야에서는 각종 데이터를 기초로 지표화하고 지수화하는 작업이 활발하게 전개되고 있다. (김창환;2011)

본 연구의 최종 목표는 한식 확산 단계를 평가할 수 있는 지표를 개발하여 다문화 지역을 선택

플링 할 수 있는 미국의 중부, 서부, 동부 지역을 중심으로 한식 확산 단계를 파악하고 비교 분석하여 지표를 수정, 보완하고 이를 활용하여 글로벌 시장에서의 한식 확산 단계를 평가 할 수 있는 지표를 개발 하고자 한다. 나아가 이를 활용하여 누구나 쉽게 한식의 확산 단계를 파악할 수 있는 한식 확산 지표 Map을 시뮬레이션 하고자 한다.

### Ⅲ. 연구개발 내용 및 범위

본 연구의 한식 확산 단계 평가 지표 개발을 위하여 Rogers(2005)의 'Diffusion of innovation'에서 수용자 범주 항목과 적응 과정 항목, 커뮤니케이션 채널 항목을 도출하였으며, Prochaska(1992)에 의해 제안된 다섯 가지 변화의 단계(Stages-Of-Change:S-O-C) 변화 단계 모델을 기반으로 한식 수용의 심리 변화에 따른 행동 변화에 관한 항목을 도출하였다.

한식 확산 단계에 미치는 영향을 알아보기 위한 한식의 인지된 특성은 윤나라(2012), 한경수 외(2010), 이강호(2010), 신봉규(2010), 정영미(2010), 이승현(2004), Sharon(2005), Sameer(1999) Gary C. Moore(1991)의 선행 연구를 바탕으로 도출하였고, 초기 개혁 방법은 한경수(2010)의 연구를 바탕으로 도출하였다.

한식 적응 단계에 따른 중요도의 가중치 선정을 위하여 고종 총합 척도법을 사용하여 응답자에게 질문하였고, 산출된 한식 확산 지수를 비교해 보기 위하여 한식 확산 지수를 직접 질문하여 스스로 답할 수 있는 문항을 만들어 제시하였다.

이러한 설문지를 활용하여 2013년 2월 15일부터 3월 31일까지 미국의 서부, 중부, 동부 지역을 중심으로 서부지역은 캘리포니아 주(California, CA)의 산호세(San Jose), 중부지역은 아칸소 주(Arkansas, AR)의 파엠티빌(Fayetteville), 그리고 동부지역은 펜실베이니아주(Pennsylvania, PA)주의 필라델피아(Philadelphia)로 선정하여 학교 교직원 및 학생, 인근 거주민을 대상으로 설문 조사를 실시하였다.

원활한 진행을 위해 설문조사 전, 연구의 목적에 대해 사전 설명 및 동의를 구하였으며, 조사를 마친 응답자들에게는 한국 전통 부채 및 자석을 제공 하였다. 설문지는 지역별 350부씩 총 1,050부를 배포하여 933부(AR:330, PA:323, CA:280)를 회수하였으며(회수율:88.8%), 불성실한 설문지 및 한국인이 응답한 설문지를 제거하여 유효 표본 929부를 실증 분석에 사용하였다.

#### IV. 연구개발결과

본 연구의 목적에 따른 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 한식 확산과 관련한 선행연구 및 문헌고찰을 통하여 인지 -> 흥미 -> 결정 -> 실행 -> 유지 -> 재발견 순으로 구성하였으며 단계에 따른 한식 확산 평가 지표는 다음과 같다.

< 표 > 한식 확산 단계 평가 지표

Stages of the innovation decision process	AR	CA	PA	Total
<b>I .Awareness</b>				
I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap, etc.	2.84	3.99	4.57	3.78
I have eaten Korean food	4.21	4.50	5.32	4.68
I have learned how to cook Korean food.	1.73	2.60	2.79	2.36
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	<b>0.740</b>	<b>0.697</b>	<b>0.612</b>	<b>0.720</b>
<b>II .Interest</b>				
I am interested in Korean food.	5.06	4.33	4.99	4.82
I have talked to people about Korean food.	3.52	3.94	4.68	4.05
I have looked up information about Korean food.	2.64	3.19	3.81	3.21
I think Korean food is better than other types of ethnic food.	3.23	3.49	3.60	3.44
There are places around me where I can experience Korean food.	3.52	4.41	4.85	4.25
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	<b>0.776</b>	<b>0.867</b>	<b>0.755</b>	<b>0.805</b>
<b>III.Evaluation</b>				
I am in the process of acquiring information about Korean food.	2.14	3.15	3.37	2.87
I have looked up restaurants that serve Korean food.	2.70	3.60	4.08	3.45
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	<b>0.769</b>	<b>0.705</b>	<b>0.589</b>	<b>0.724</b>
<b>IV.Trial</b>				
I am studying Korean food.	1.45	2.31	2.17	1.96
I can cook Korean food.	1.65	2.48	2.31	2.13
I enjoy eating Korean food.	4.27	4.03	4.72	4.29
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	<b>0.587</b>	<b>0.676</b>	<b>0.509</b>	<b>0.606</b>
<b>V .Adoption</b>				
I think Korean food has been beneficial for my health.	3.67	3.79	4.04	3.84
There is a Korean dish that I enjoy eating.	3.56	4.00	4.69	4.08
I will recommend Korean food to my acquaintances.	3.65	4.05	4.51	4.07
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	<b>0.846</b>	<b>0.865</b>	<b>0.780</b>	<b>0.839</b>
<b>VI.Integration</b>				
I always try new Korean dishes.	3.25	3.41	3.86	3.51
I cook Korean food that best fits my taste.	2.10	2.63	2.66	2.45
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	<b>0.633</b>	<b>0.702</b>	<b>0.613</b>	<b>0.652</b>

둘째, 한식의 확산단계 평가 지표개발을 위한 설문조사는 다양한 소비시장을 형성하고 있는 미국의 중부, 서부, 그리고 동부 지역을 대표하는 도시들에서 각각 진행하였으며 한식당 수에 따른 차이를 보기 위하여 중부지역은 아칸소 주(Arkansas, AR)의 파엣트빌(Fayetteville), 서부 지역은 캘리포니아 주(California, CA)의 산호세(San Jose), 그리고 동부지역은 펜실베이니아주

(Pennsylvania, PA)주의 필라델피아(Philadelphia)로 선정하였다.

조사 지역의 지역적 특성으로는 중부지역 아칸소 주(Arkansas, AR)의 파엣트빌은 아칸소 주에서 세 번째로 큰 도시이며 University of Arkansas를 기반으로 한 대학도시이다. 인구의 83%가 백인으로 아시아인은 3%에 불과하였다. 서부지역 캘리포니아 주(California, CA)의 산호세는 캘리포니아 주에서 세 번째, 미국 내에서는 10번째로 큰 도시이며 실리콘 벨리(Silicon Valley)내의 가장 큰 도시로, 인구의 42%는 백인, 32%는 아시아인으로 구성되어 있다. 동부지역 펜실베이니아주(Pennsylvania, PA)주의 필라델피아는 미국에서 5번째로 많은 거주자수를 보유한 도시로, 펜실베이니아주에서 가장 큰 도시이며 정보산업과 금융업이 발달해 있고 여러 대학교들이 위치한 도시로, 인구의 41%는 백인, 43%는 아프리카계 흑인, 그리고 6%는 아시아인으로 구성되어 있다.

셋째, 평가도구의 실용성 및 적합성 확인을 위하여 산, 학, 연으로 구성된 한식 사업 전문가의 명목 그룹기법을 활용한 집단 회의를 실시하였다. 가중치 선정에 위한 이론적 단계는 개별 지표를 선별한 후 이를 표준화하여 표준화된 개별 지표들이 차지하는 비중을 말하며, 가중치를 주지 않은 단순 합산의 경우에도 동일한 가중치가 적용되었다고 볼 수 있다. 동일한 가중치를 주지 않을 경우 가중치 선정에 위하여 통계적 방법이나 여타 다른 방법을 사용하여 가중치를 주는데, 일반적으로는 통계적 방법인 주성분 분석/요인분석, 자료포락 분석을 적용한 Benefit of Doubt(BOD), 전문가들의 자신의 주관적 판단에 의하여 예산을 할당 배분하는 예산할당과정, 일반인들의 관심영역에 초점을 두고 가중치를 산출하는 대중의견조사, 개별지표들을 짝(pair)을 이루어 이들 두 개의 지표간의 중요도를 체크하여 순위를 정하는 분석적 위계과정(Analytic Hierarchy process, AHP)방법, 전문가들의 의견조사결과 유추된 순위들에 대한 분해적 방법의 다중데이터 분석(Conjoint Analysis)방법이 있다.

그러나 실제 지수 산출에서는 일반적으로 동일한 가중치를 적용하며, 형평성이 다른 특별한 경우 지수의 목적에 맞게 가중치를 산출하여 적용하기에 본 연구에서는 한식 확산의 단계의 중요도에 따른 가중치를 산출하기 위하여 다양한 방법으로 접근하기로 하였다.

그 결과는 한식 확산을 위한 가중치는 집단별로 유의미한 결과를 가지고 상이하게 나타났다. 조사된 미국의 한식 확산 적용 단계별 평균값은 인지 3.61, 흥미 3.95, 결정 3.15, 실행 2.81, 유지 3.99, 재발견 2.97이며, 세 지역의 한식 확산 적용 단계별 평균값을 살펴보면 AR지역의 평균값은 인지 2.93, 흥미 3.59, 결정 2.42, 실행 2.45, 유지 3.63, 재발견 2.67로 나타났으며, CA지역

의 평균값은 인지 3.71, 흥미 3.87, 결정 3.36, 실행 2.93, 유지 3.94, 재발견 3.01, PA지역의 평균값은 인지 4.22, 흥미 4.38, 결정 3.72, 실행 3.06, 유지 4.40, 재발견 3.25로 나타났다.

Raw Data를 가지고 지역별 한식 확산 적응 단계별 평균값을 합산하여 100점으로 환산하여 소수점 자리를 정리하면 AR지역 42점, CA지역 50점, PA지역 55점으로 지역별 한식 확산 지수를 구할 수 있다. 또한 응답자 가중치에 따라 단계별 가중치를 부여하여 단계별 평균값을 합산, 100점으로 환산하여 소수점 자리를 정리하면 AR지역 43점, CA지역 51점, PA지역 56점으로 전체적으로 Raw data 지수보다 1점이 높다.

넷째, 설문조사 결과와 전문가 집단 회의를 통한 결과를 활용하여 한식 확산 지수를 도출하고, 한식 확산 지수를 활용한 한식 확산 Map을 시뮬레이션 하였다. 전문가 집단의 단계별 중요도에 따른 가중치는 응답자의 결과와 상이하게 나타났으며, 전문가 집단의 1차 회의 결과를 활용하여 한식 확산 지수를 산출하면 AR지역 43점, CA지역 50점, PA지역 55점으로 Raw data 값과 응답자 가중치를 부여하여 산출된 한식의 확산 지수와 유사하게 도출되었으며, 위 결과를 활용하여 전문가 집단의 2차 회의 결과 AR지역 42점, CA지역 50점, PA지역 55점으로 나타났으며, 이 결과 값을 활용한 한식 확산 Map을 도출하였다.

다섯째, 최종 결과를 중심으로 한식 확산 단계 평가 지표를 비교 분석하여 최종 한식 확산 단계 평가 지표를 제안하기 위하여 응답자가 생각하는 한식 확산 지수의 값과 집단별로 산출된 한식 확산 지수 값과의 영향관계를 확인하기 위하여 집단별 한식 확산 지수에 대하여 t-test 검증을 하였으며, 검증 결과 Raw data결과 값만이 유의한 결과를 나타내 한식 확산 단계 지수를 산출하기 위한 가중치는 단계별로 동일한 가중치를 부여하여야 할 것으로 사료된다.

## V. 연구 성과 및 성과활용 계획

이에 본 연구자는 기업의 해외 진출 시 제품의 특성을 잘 활용하여 지역성과 민족성 등을 잘 파악하여 글로벌 고객을 만족 시킬 수 있는 한식의 장점을 활용하여 한식의 확실성을 위한 마케팅 전략이 필요하다 사료되며, 해외 시장에서의 한식 확산단계를 평가하기 위한 지표를 제안하였다.

이는 현지 한식당의 경영난을 극복하고 성공적 한식 세계화를 위해서는 해외시장에서의 한식 확산단계를 평가하는 실질적 정보역할을 할 것이라 사료되며, 한식당 사업의 경제적 성과뿐

만 아니라 사회, 문화, 환경적인 영향과 고객평가까지 포함되어야만 한식 확산의 성과 분석에도 유용하게 이용 될 것이라 판단된다.

본 연구의 결과는 학술적으로는 한식의 확산단계의 평가지표 뿐 아니라, 해외 진출 시 고려되는 다양한 속성(글로벌 시장의 잠재력, 음식문화, 고객특성)등을 평가하는 지표 개발의 후속 연구를 기대하게 함, 또한 평가 시뮬레이션의 한식확산지도(Korean Food Diffusion Map)를 응용한 가시성(visibility)을 높인 정보 및 연구결과의 전달방법 개발을 기대할 수 있다.

경제적으로는 국내의 해외진출 외식기업의 의사결정 과정을 축소하여 비용과 시간을 절약하고, 최적의 타겟 마케팅을 통해 성공률을 높여 한식 확산의 긍정적 파급효과를 기대할 수 있다.

해외에서의 한식의 질적 확산은 한국문화 및 한식의 이미지 제고효과를 높여 장기적인 관점에서 국내 관광객의 증가 및 국내 상품 해외 수출 증가 등의 효과를 기대할 수 있다.

사회적으로는 다문화 가정이 꾸준히 증가하는 시점에 국민 및 국내 식당 운영자의 외국인 고객 특성 이해 및 타겟 메뉴 개발 등에 도움이 될 것이다.

## SUMMARY

### (Korean Food Diffusion Stage Evaluation Index Development)

Diffusion of innovation theories(Rogers, 1962; 1976; 2003) have been used to explain The eastern United States, the West, the Korean food diffusion step and the Korean food spread differences and comparative analysis.

The eastern part of the United States (California), Central (Arkansas), step for evaluating the spread of Korean food in the western (Pennsylvania) area survey About 900 usable questionnaires will collect between February and March 2013 and survey tool developed by regional characteristics and differences compared.

Prior to distributing a questionnaire, pilot test was run. Design dependencies are stored in a database and analyzed using by SAS program.

Korean food diffusion step to develop evaluation criteria for final evaluation, through the analysis of the survey results, the nominal group technique (Nominal Group Technique) weights, and consider the scoring indicators developed.

This Index Development of Korean Food is used that in global markets, the extent of the spread of Korean food Korean diffusion step.

There are total 9,249 Korean food restaurants in the world, 543 in 27 Europe countries(2011), 2,032 in China(2009), 1,626 in USA(2009), 132 in 10 South America countries(2011). While Korean food diffuses quantitatively fast, the qualitative diffusion degree is inadequate in the global market. For the successful globalization of Korean food in the global market, figuring out Korean food diffusion degree takes priority. However, the indicator and the tool that measuring qualitative diffusion degree of Korean food is nonexistence so far. So, Korean Food Diffusion Map that grasps easily the diffusion degree of Korean food in the global food service industry market is needed.

To succeed one country's food culture in the overseas markets, it should have the ethnic characteristic, the demographic factors and food consumption structures. However, the biggest difficulty is the absence of overseas market information. (Yong - Gyu Kim 2000, in-sang Yun 2005, Korea Food Research Institute 2008, Korea Foodservice Almanac 2009, Sun Hwa Shin 2010)

Accurate and appropriate information is required when a food service enterprise extends its business abroad, because it makes decision-making step simple to select qualifying countries. In order to succeed in “globalization”, it is necessary to set thorough plans and strategies that are appropriate to local circumstances.

The purpose of this study is to analyze the extent of the diffusion stage by surveying Korean food diffusion stage in the western, the eastern, the central United States. With this result, we can develop an index that can be evaluated Korean food diffusion degree. So, evaluating Korean food diffusion state in the global market will be possible

This study is based on Rogers’ Diffusion of innovation theory for evaluation Korean food diffusion stage of the western, the eastern, the central in United States and develop survey tool by considering results of advanced research and research.

A questionnaire was used to collect data for this study(Gary C. Moore, Izak Benbasat,1991; Sameer verma,1999;Sharon Chai Flath,2005; Kyung Soo Han,2010; Kang Ho Lee,2010; Seung-Hyun Lee,2004; Bong Kyu Shin,2010; Nara Yun,2012; Young Mi Jung,2010). Since the study emphasis was on applying innovation diffusion theories to an Korean food diffusion stage evaluation index development, the survey subjects were defined as Student who lives in the western states that have many Korean restaurants, the eastern states that have average, the central states that have few. Students were asked to indicate their level of agreement to the statements using a seven-point rating scale (from 1=strongly disagree to 7=strongly agree). And then, the data were deducted subsections about Korean food diffusion five stages (Awareness-Interest - Evaluation - Trial - Adoption) through nominal group technique composed by Korean food exports, index tool development exports and management exports.

About 900 usable questionnaires will collect between February and March 2013. Prior to distributing a questionnaire, pilot test was run. Design dependencies are stored in a database and analyzed using by SAS program. The statistical analyses included frequency distribution, percent, mean, standard, deviation. After analyzing the data, we amended and supplemented questionnaire items. And then, the questionnaire was verified and supplemented through nominal group technique by exports, we developed Korean food diffusion stage evaluation index.

This study mainly focuses the diffusion adopter categories suggested by Rogers (1962, 1976, 2003): Innovators, Early adopters, Early majority, Late majority and laggards.

Second (see Table 1 for the interpretation of each category), Rogers’(2003) ‘Diffusion of Innovation’ of the book based on the stages of the innovation decision process

configuration. That step is like Awareness, Interest, Evaluation, Trial, Adoption, Integration. Given different weights depending on the item based on the contents of the above results and the experts' opinions through the nominal group technique

Third, the types of Korean food communication channels will be examined. Characteristics according to the perceived characteristic of the communication channel and adopter categories will be examined the impact on the spread of the Korea Food.

Fourth, Diffusion scale according to the stage of the decision-making process and the Korean food psychological change by analyzing the expression makes the measure of spread. Spread of Korean food Based on the above results, indicators will be developed.

The advanced research and literature are inadequate to diagnosis and evaluate Korean food diffusion stage in overseas market. Therefore, the research that provides practical information that evaluating Korean food diffusion step in the global market is needed for overcoming financial problems and the successful Korean food globalization.

Korean spread the positive impact of the economic cost and time savings by reducing the company's overseas expansion of domestic dining out decision-making process, and improve the chance of success through the optimal target marketing expectations.

Overseas Korean food qualitative diffusion increases the long-term effects such as an increase in domestic tourists and domestic merchandise exports expectations from the point of the Korea Culture and the effect of improving the image of the Korean.

# CONTENTS

- Chapter 1 Outline of Research Project ..... 26
  - Section 1 Necessity of Research ..... 26
  - Section 2 Purpose of Research ..... 29
  - Section 3 Contents and Scope of Research ..... 30
    - 1. Research Contents and Range ..... 31
    - 2. Survey Subject Selection ..... 32
  - Section 4 The scope and limitations of the study ..... 34
  - Section 5 Methods of research ..... 34
  - Section 6 Research Task Progress ..... 36
  
- Chapter 2 State of Art Report ..... 37
  - Section 1 Korean Food Diffusion Literature ..... 37
    - 1. The Diffusion of Korean Food based on Adopter Category Characteristic ..... 37
    - 2. The Diffusion of Korean Food based on the Stages of Adoption ..... 38
    - 3. The Diffusion of Korean Food based on the Stages of Change ..... 39
      - a. Prochaska’s Stages of Change ..... 39
      - b. The Stages of Psychological Changes ..... 39
      - c. The Stages of Psychological Changes Literature ..... 40
    - 4. Factors Influencing Diffusion of Korean Food ..... 41
  - Section 2 Development of Evaluation Index Literature ..... 42
    - 1. Development of Evaluation Index Literature ..... 42
      - a. Index Development Method ..... 42
      - b. Index Development ..... 44
  
- Chapter 3 Research performed and Results ..... 46
  - Section 1 Experimental Content and Methods ..... 46
    - 1. Survey Research Area Selection ..... 46
      - a. Fayetteville in Arkansas state ..... 46

b. Philadelphia in Pennsylvania state	49
c. San jose in California state	52
2. Research Subject and Method	58
3. Korean Food Diffusion Instrument Development	60
a. Adopter Category Questionnaire Construction	60
b. Questionnaire Construction by Adopter Category of Korean Food Diffusion	62
c. Korean Food Diffusion-Adoption Importance and Diffusion Score	67
d. Perceived Characteristic of Korea Food	69
e. Diffusion of Korean Food based on Psychological Changes	70
f. Korean Food Initial Innovation Method, Information Gathering, General Characteristic and Questionnaire Construction	71
4. Survey Process for Korean Food Diffusion Development	74
a. Based on the literature review consisted of a questionnaire	74
b. Cross Translation	77
c. Primary Pre-test	77
d. Secondary Pre-test	77
e. Main Survey	79
5. Research Survey Result Analysis Method	80
a. Constant Sum Method	82
b. Nominal Group Technique	83
6. Korean Food Diffusion Index Calculation Process	84
7. Korean Food Diffusion Map	84
<b>Section 2 Korean Food Diffusion Stage Evaluation Index Development</b>	<b>86</b>
1. Survey Subject General Characteristic	86
a. Demographic Characteristic of Respondents	86
b. Survey Subject Social Characteristic	91
c. Adopter Category by Regional Groups	96
d. Korean Food Adoption Change Stage	98
e. Initial Innovation Method	100
f. Korean Communication channel	102
2. Proliferation phase of expression evaluation indicators developed	106
a. Proliferation phase of expression evaluation indicators developed factor analysis	108
3. Proliferation phase of expression evaluation indicators developed index	113
a. Proliferation phase of expression evaluation indicators developed index weighting for the development of selected	113

4. Result Analysis by Korean Food Evaluation Index -----	119
a. Weighted one way diffusion index comparative analysis -----	119
b. Comparative analysis for diffusion index by region -----	121
<b>Section 3 The Effect of the Perceived Characteristic on Process -----</b>	<b>129</b>
1. The Perceived Characteristic of Korean Food -----	129
2. The Effect of the Perceived Characteristic on Innovation-Decision Process -----	134
3. The Effect of the Perceived Characteristic on Diffusion-Decision Process of Korean Food -----	148
<b>Section 4 The Diffusion Stages of Korean Food by Adopter Category -----</b>	<b>154</b>
1. The Decision Process of Korean Food by Adopter Category -----	154
2. The Initial Innovation Method of Korean Food Diffusion by Adopter Category -----	155
3. The Communication Channel of Korean Food Diffusion by Adopter Category -----	157
a. The Opinion Leader of Korean Food by Adopter Category -----	157
b. The Communication Channel of Korean Food by Adopter Category -----	158
4. The Logistic Regression Analysis Result of Korean Food Diffusion on the Adopter Category Characteristic -----	161
5. The Logistic Regression Analysis Result of Korean Food Diffusion-Adoption Stage on the Adopter Category Characteristic -----	163
 <b>Chapter 4 Research Attainment and Contributions to Related Field ---</b>	<b>165</b>
 <b>Chapter 5 Application of Research Products -----</b>	<b>172</b>
 <b>Chapter 6 Information from Abroad -----</b>	<b>174</b>
 <b>Chapter 7 References -----</b>	<b>181</b>
 <b>Supplement 1 The final questionnaire -----</b>	<b>184</b>
<b>Supplement 2 Expert Group questionnaire -----</b>	<b>188</b>
<b>Supplement 3 The final developed Korean food diffusion map - [Korean version]</b>	<b>191</b>
<b>Supplement 4 The final developed Korean food diffusion map - [English version]</b>	<b>208</b>

# 목 차

- 제 1 장 연구 개발 과제의 개요 ----- 26
  - 제 1 절 연구의 필요성 ----- 26
  - 제 2 절 연구의 목적 ----- 29
  - 제 3 절 연구의 내용 ----- 30
    - 1. 연구 내용 및 범위 ----- 31
    - 2. 조사 지역 선정 배경 ----- 32
  - 제 4 절 연구의 범위 및 제한점 ----- 34
  - 제 5 절 연구의 방법 ----- 34
  - 제 6 절 연구의 진행 과정 ----- 36
  
- 제 2 장 국내·외 기술개발 현황 ----- 37
  - 제 1 절 한식 확산에 관한 문헌 고찰 ----- 37
    - 1. 수용자 범주별 특성 ----- 37
    - 2. 적응 단계별 특성 ----- 38
    - 3. 개혁 결정에 따른 심리 변화 ----- 39
      - 가. Prochaska의 변화단계(Stages of Change) ----- 39
      - 나. 심리 변화 단계 ----- 39
      - 다. 심리변화 단계에 관한 선행연구 ----- 40
    - 4. 한식 확산에 미치는 요인들 ----- 41
  - 제 2 절 평가 지표 개발에 관한 문헌 고찰 ----- 42
    - 1. 평가 지표 개발에 관한 문헌 고찰 ----- 42
      - 가. 한식 확산 단계 평가 지표 개발 방법 ----- 42
      - 나. 한식 확산 단계 평가 지표 지수 개발 ----- 44

<b>제 3 장 연구 개발 수행 내용 및 결과</b> -----	<b>46</b>
<b>제 1 절 연구 개발 수행 내용 및 방법</b> -----	<b>46</b>
1. 설문조사 지역의 일반적 특성 및 한식당 현황 조사-----	46
가. 아칸소 주(Arkansas, AR)의 파엣트 빌-----	46
나. 펜실베이니아 주(Pennsylvania, PA)의 필라델피아-----	49
다. 캘리포니아 주(California, CA)의 산호세-----	52
2. 설문 조사 대상 선정 및 방법-----	58
3. 한식 확산 단계 평가 지표 도구 개발-----	60
가. 수용자 범주 분류를 위한 설문지 구성-----	60
나. 한식 확산의 적응 단계별 설문지 구성-----	62
다. 한식 확산 수용의 중요도 및 확산 지수-----	67
라. 한식의 인지된 특성-----	69
마. 심리 변화에 따른 한식의 확산-----	70
바. 한식의 초기 개혁 방법, 정보수집 및 일반적 특성과 설문지 구성-----	71
4. 한식 확산 단계 평가 도구 개발을 위한 설문 조사 과정-----	74
가. 문헌 고찰에 따른 설문지 구성-----	74
나. 교차 번역(Cross Translation)-----	77
다. 1차 예비 조사(Pre-test)-----	77
라. 2차 예비 조사(Pre-test)-----	77
마. 본 조사-----	79
5. 연구 조사 분석 방법-----	80
가. 고정 총합 척도 법-----	82
나. 명목그룹기법(Nominal Group Technique)-----	83
6. 한식 확산 지수 산출 절차-----	84
7. 한식 확산 지도 제작-----	84
<b>제 2 절 연구 조사 결과 분석</b> -----	<b>86</b>
1. 조사 대상자의 일반적 특성-----	86

가. 조사 대상자의 인구 통계학적 특성 -----	86
나. 조사 대상자의 사회적 특성 -----	91
다. 조사 대상 지역의 수용자 범주 분류 -----	96
라. 조사 대상 지역의 한식 적응 변화 단계 -----	98
마. 조사 대상 지역의 초기 개혁 방법 -----	100
바. 조사 대상 지역의 한식 커뮤니케이션 채널 -----	102
<b>2. 개발된 한식 확산 단계 평가 지표 -----</b>	<b>106</b>
가. 개발된 한식 확산 단계 평가 지표의 지역별 요인 분석 -----	108
<b>3. 개발된 한식 확산 단계 평가 지표 지수 -----</b>	<b>113</b>
가. 개발된 한식 확산 단계 평가 지표 지수 개발을 위한 가중치 선정 -----	113
<b>4. 한식 확산 단계 평가 지표 지수를 활용한 한식 확산 결과 분석 -----</b>	<b>119</b>
가. 가중치에 따른 한식 확산 지수 비교 분석 -----	119
나. 지역별 한식 확산 지수 비교 분석 -----	121
<b>제 3 절 한식의 인지된 특성이 단계에 미치는 영향 -----</b>	<b>129</b>
<b>1. 한식의 인지된 특성 -----</b>	<b>129</b>
가. 아칸소 주의 한식의 인지된 특성 요인분석 -----	129
나. 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성 요인분석 -----	130
다. 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성 요인분석 -----	131
라. 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성 요인분석 -----	133
<b>2. 한식의 인지된 특성이 개혁 결정 단계에 미치는 영향 -----</b>	<b>134</b>
가. 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 개혁결정단계에 미치는 영향 -----	134
나. 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 개혁결정단계에 미치는 영향 -----	138
다. 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 개혁결정단계에 미치는 영향 -----	141
라. 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 개혁결정단계에 미치는 영향 -----	145
<b>3. 한식의 인지된 특성이 한식 확산의 결정 단계에 미치는 영향 -----</b>	<b>148</b>
가. 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 한식 확산의 결정 단계에 미치는 영향 -----	148
나. 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 한식 확산의 결정 단계에 미치는 영향 -----	150
다. 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 한식 확산의 결정 단계에 미치는 영향 -----	151

라. 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 한식 확산의 결정 단계에 미치는 영향	152
<b>제 4 절 수용자 범주별 한식의 확산 단계</b>	<b>154</b>
1. 수용자 범주별 한식 확산 결정 단계	154
2. 수용자 범주별 한식 확산 초기 개혁 방법	155
3. 수용자 범주별 한식 확산 커뮤니케이션 채널	157
가. 수용자 범주별 한식의 의견지도자	157
나. 수용자 범주별 한식의 커뮤니케이션 채널	158
4. 수용자 범주별 개혁 결정 단계 로지스틱 회귀분석 결과	161
5. 수용자 범주별 한식 확산 적응 단계 로지스틱 회귀분석 결과	163
<b>제 4 장 목표달성도 및 관련분야에의 기여도</b>	<b>165</b>
제 1 절 목표 달성도 및 관련 분야에의 기여도	165
제 2 절 분석 결과를 통한 한식 확산 단계 평가 지표 활용 방안	169
<b>제 5 장 연구 개발 성과 및 성과 활용 계획</b>	<b>172</b>
<b>제 6 장 연구 개발 과정에서 수집한 해외 과학 기술 정보</b>	<b>174</b>
<b>제 7 장 참고문헌</b>	<b>181</b>
< 별첨1 > 최종 설문지	184
< 별첨2 > 전문가 집단 평가서	188
< 별첨3 > 최종 개발된 한식 확산 지도 - [한글버전, Korean version]	191
< 별첨4 > 최종 개발된 한식 확산 지도 - [영어버전, English version]	208

## 표 목 차

< 표 1-1 > 연구의 내용 및 범위 .....	31
< 표 3-1 > 파엣트빌 및 아칸소 주의 인구 현황(2010년) .....	47
< 표 3-2 > 파엣트빌 및 아칸소 주의 인종 현황(2010년) .....	47
< 표 3-3 > 파엣트빌 및 인근 지역의 한식당 현황 .....	48
< 표 3-4 > 필라델피아 및 펜실베이니아 주의 인구 현황(2010년) .....	49
< 표 3-5 > 필라델피아 및 펜실베이니아 주의 인종 현황(2010년) .....	49
< 표 3-6 > 필라델피아 및 인근 지역의 한식당 현황 .....	51
< 표 3-7 > 산호세 및 캘리포니아 주의 인구 현황(2010년) .....	53
< 표 3-8 > 산호세 및 캘리포니아 주의 인종 현황(2010년) .....	53
< 표 3-9 > 산호세 및 인근 지역의 한식당 현황 .....	55
< 표 3-10 > 설문지 구성안 .....	60
< 표 3-11 > 수용자 범주 분류를 위한 설문지 구성안 .....	61
< 표 3-12 > 개혁 결정 과정 단계의 행동적 양상 .....	63
< 표 3-13 > 다섯 가지 변화의 단계(Stages of Change) .....	63
< 표 3-14 > 개혁 결정 과정 단계 .....	64
< 표 3-15 > 선행연구에 나타난 개혁 결정 과정 단계 .....	65
< 표 3-16 > 한식 확산 적응단계 설문지 구성안 .....	67
< 표 3-17 > 한식 확산 수용의 중요도 설문지 구성안 .....	68
< 표 3-18 > 한식의 인지된 특성 설문지 구성안 .....	69
< 표 3-19 > 한식 확산 심리 변화 단계 설문지 구성안 .....	70
< 표 3-20 > 한식의 초기 개혁 방법 설문지 구성안 .....	71
< 표 3-21 > 한식의 정보 수집에 대한 설문지 구성안 .....	72
< 표 3-22 > 조사 대상자의 일반적 특성에 대한 설문지 구성안 .....	73
< 표 3-23 > 응답자의 이해를 돕기 위한 설문 내용 .....	77
< 표 3-24 > 2차 예비조사 후 요청사항 .....	78

< 표 3-25 > 설문지 Reward	79
< 표 3-26 > 연구 조사 분석 방법	81
< 표 3-27 > 전문가 집단의 일반적 특성과 조사 내용	83
< 표 3-28 > 조사 대상자의 일반적 특성	86
< 표 3-29 > 성별에 따른 지역 인구 현황	87
< 표 3-30 > 연령별 인구 현황	88
< 표 3-31 > 조사 대상자의 사회적 특성	92
< 표 3-32 > 조사 대상 지역별 인구 현황(민족성)	93
< 표 3-33 > 조사 지역 응답자의 수용자 범주	97
< 표 3-34 > 조사 지역 응답자의 한식 적응 변화 단계	99
< 표 3-35 > 조사 지역 응답자의 한식 초기 개혁 방법	100
< 표 3-36 > 조사 지역 응답자의 한식 의견지도자 빈도	102
< 표 3-37 > 조사 지역 응답자의 한식 커뮤니케이션 채널 빈도	104
< 표 3-38 > 조사 지역별 한식 확산 단계별 성과 지표의 평균	106
< 표 3-39 > 한식 확산 적응 단계의 기술통계량	108
< 표 3-40 > 아칸소 주의 단계별 한식 확산 문항에 대한 신뢰도 분석 및 타당도 검증	109
< 표 3-41 > 요인 분석 결과에 따른 AR지역 한식 확산 단계별 상관계수	109
< 표 3-42 > 캘리포니아 주의 단계별 한식 확산 문항에 대한 신뢰도 분석 및 타당도 검증	110
< 표 3-43 > 요인 분석 결과에 따른 CA지역 한식 확산 단계별 상관계수	111
< 표 3-44 > 펜실베이니아 주의 단계별 한식 확산 문항에 대한 신뢰도 분석 및 타당도 검증	111
< 표 3-45 > 요인 분석 결과에 따른 PA지역 한식 확산 단계별 상관계수	112
< 표 3-46 > 미국조사지역의 단계별 한식 확산 문항에 대한 신뢰도 분석 및 타당도 검증	112
< 표 3-47 > 요인 분석 결과에 따른 미국 조사 지역의 한식 확산 단계별 상관계수	113
< 표 3-48 > 지역별 한식 확산 적응 단계별 평균값	114
< 표 3-49 > 수용자의 한식 확산 적응 단계별 가중치에 따른 기술 통계량	115
< 표 3-50 > 전문가 집단의 한식 확산 단계별 중요도 1차토의 결과	116
< 표 3-51 > 전문가 집단의 한식 확산 단계별 중요도 2차토의 결과	117
< 표 3-52 > 집단별 한식 확산 단계 가중치	119

< 표 3-53 > 한식 확산 지표에 따른 한식 확산 지수 -----	120
< 표 3-54 > Raw Data에 의한 한식 확산 지수 -----	122
< 표 3-55 > 응답자 중요도 가중치에 의한 한식 확산 지수 -----	124
< 표 3-56 > 전문가 집단 1차 회의 결과에 의한 한식 확산 지수 -----	126
< 표 3-57 > 전문가 집단 2차 회의 결과에 의한 한식 확산 지수 -----	128
< 표 3-58 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성에 대한 요인 분석 결과 -----	130
< 표 3-59 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성에 대한 요인 분석 결과 -----	131
< 표 3-60 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성에 대한 요인 분석 결과 -----	132
< 표 3-61 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성에 대한 요인 분석 결과 -----	133
< 표 3-62 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 '인지'에 미치는 영향 -----	134
< 표 3-63 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 '흥미'에 미치는 영향 -----	135
< 표 3-64 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 '결정'에 미치는 영향 -----	135
< 표 3-65 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 '실행'에 미치는 영향 -----	136
< 표 3-66 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 '유지'에 미치는 영향 -----	136
< 표 3-67 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 '재발견'에 미치는 영향 -----	137
< 표 3-68 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 '인지'에 미치는 영향 -----	138
< 표 3-69 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 '흥미'에 미치는 영향 -----	138
< 표 3-70 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 '결정'에 미치는 영향 -----	139
< 표 3-71 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 '실행'에 미치는 영향 -----	139
< 표 3-72 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 '유지'에 미치는 영향 -----	140
< 표 3-73 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 '재발견'에 미치는 영향 -----	140
< 표 3-74 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 '인지'에 미치는 영향 -----	141
< 표 3-75 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 '흥미'에 미치는 영향 -----	142
< 표 3-76 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 '결정'에 미치는 영향 -----	143
< 표 3-77 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 '실행'에 미치는 영향 -----	143
< 표 3-78 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 '유지'에 미치는 영향 -----	143
< 표 3-79 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 '재발견'에 미치는 영향 -----	144
< 표 3-80 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 '인지'에 미치는 영향 -----	145

< 표 3-81 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘흥미’에 미치는 영향-----	145
< 표 3-82 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘결정’에 미치는 영향-----	146
< 표 3-83 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘실행’에 미치는 영향-----	146
< 표 3-84 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘유지’에 미치는 영향-----	147
< 표 3-85 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘재발견’에 미치는 영향-----	148
< 표 3-86 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 ‘인지, 흥미, 유지’에 미치는 영향-----	148
< 표 3-87 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 ‘실행, 결정, 재발견’에 미치는 영향-----	149
< 표 3-88 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘인지, 흥미, 유지’에 미치는 영향-----	150
< 표 3-89 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘실행, 결정, 재발견’에 미치는 영향-----	150
< 표 3-90 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘인지, 흥미, 유지’에 미치는 영향-----	151
< 표 3-91 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘실행, 결정, 재발견’에 미치는 영향-----	152
< 표 3-92 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘인지, 흥미, 유지’에 미치는 영향-----	153
< 표 3-93 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘실행, 결정, 재발견’에 미치는 영향-----	153
< 표 3-94 > 수용자 범주별 개혁결정단계-----	154
< 표 3-95 > 수용자 범주별 초기개혁방법-----	155
< 표 3-96 > 수용자 범주별 한식의 의견 지도자-----	157
< 표 3-97 > 수용자 범주별 한식의 커뮤니케이션 채널-----	159
< 표 3-98 > 아칸소 주의 수용자 범주 특성에 대한 개혁 결정 단계의 로지스틱 회귀분석-----	161
< 표 3-99 > 캘리포니아 주의 수용자 범주 특성에 대한 개혁 결정 단계의 로지스틱 회귀분석-----	161
< 표 3-100 > 펜실베이니아 주의 수용자 범주 특성에 대한 개혁 결정 단계의 로지스틱 회귀분석-----	162
< 표 3-101 > 미국 조사 지역의 수용자 범주 특성에 대한 개혁 결정 단계의 로지스틱 회귀분석-----	162
< 표 3-102 > 아칸소 주의 수용자 범주 특성에 대한 한식 확산 결정 단계의 로지스틱 회귀분석-----	163
< 표 3-103 > 캘리포니아 주의 수용자 범주 특성에 대한 한식 확산 결정 단계의 로지스틱 회귀분석-----	163
< 표 3-104 > 펜실베이니아 주의 수용자 범주 특성에 대한 한식 확산 결정 단계의 로지스틱 회귀분석-----	164
< 표 3-105 > 미국 조사 지역의 수용자 범주 특성에 대한 한식 확산 결정 단계의 로지스틱 회귀분석-----	164
< 표 4-1 > 연차별 연구 개발의 목표 및 내용-----	165
< 표 4-2 > 한식 확산 단계 평가 지표-----	168

# 그 립 목 차

- < 그림 1-1 > 국가별 한식당 진출 현황 ----- 27
- < 그림 1-2 > 연구의 흐름도 ----- 30
- < 그림 1-3 > 조사 지역 선정 ----- 32
- < 그림 1-4 > Forbes 선정 2011 글로벌 식품기업 1위 ~ 10위 ----- 33
- < 그림 1-5 > 미국 내 한식당 주(State)별 분포 ----- 33
- < 그림 1-6 > 세부 과제별 연구 진행 방향 및 내용 ----- 36
- < 그림 2-1 > 적응단계(Adoption Process) ----- 38
- < 그림 3-1 > 파엠티빌 지역 인구 구성 비율 ----- 46
- < 그림 3-2 > 아칸소 주 인구 구성 비율 ----- 46
- < 그림 3-3 > 파엠티빌 및 인근 지역의 한식당 분포도 ----- 47
- < 그림 3-4 > 아칸소(AR)지역 식당의 한식 메뉴 ----- 48
- < 그림 3-5 > 필라델피아 지역 인구 구성 비율 ----- 49
- < 그림 3-6 > 펜실베이니아 주 인구 구성 비율 ----- 49
- < 그림 3-7 > 필라델피아 및 인근 지역의 한식당 분포도 ----- 50
- < 그림 3-8 > 필라델피아(PA)지역의 한식당 모습과 한식 메뉴 ----- 50
- < 그림 3-9 > 필라델피아 및 인근 지역 한식당 가격 ----- 52
- < 그림 3-10 > 필라델피아 및 인근 지역 한식당 위치 ----- 52
- < 그림 3-11 > 산호세 지역 인구 구성 비율 ----- 52
- < 그림 3-12 > 캘리포니아 주 인구 구성 비율 ----- 52
- < 그림 3-13 > 산호세 및 인근 지역의 한식당 분포도 ----- 53
- < 그림 3-14 > 캘리포니아(CA)지역의 한식당 내부 모습과 한식메뉴 ----- 54
- < 그림 3-15 > 산호세지역 한식당 가격 ----- 57
- < 그림 3-16 > 산호세지역 한식당 위치가격 ----- 57
- < 그림 3-17 > San José State University ----- 58
- < 그림 3-18 > Santa Clara University ----- 58

< 그림 3-19 > University of Arkansas(Fayetteville, AR)	59
< 그림 3-20 > Drexel University	59
< 그림 3-21 > University of Pennsylvania	59
< 그림 3-22 > 확산이론을 적용한 한국 음식의 적응 단계	62
< 그림 3-23 > Arkansas University 설문 조사 실시 모습	80
< 그림 3-24 > 최종 모형 평가를 위한 연구 분석 방법	82
< 그림 3-25 > 조사 지역 응답자의 성별 비율	87
< 그림 3-26 > 조사 지역 응답자의 연령대 비율	88
< 그림 3-27 > 조사 지역 응답자의 지역별 직업 비율	89
< 그림 3-28 > 조사 지역 응답자의 결혼 상태 비율	90
< 그림 3-29 > 조사 지역 응답자의 민족성 비율	93
< 그림 3-30 > 조사 지역 응답자의 최종 학력 비율	94
< 그림 3-31 > 조사 지역 응답자의 소득 비율	95
< 그림 3-32 > 조사 지역 응답자의 수용자 범주 유형	98
< 그림 3-33 > 조사 지역 응답자의 한식 적응 변화 단계	100
< 그림 3-34 > 조사 지역 응답자의 한식 초기 개혁 방법	101
< 그림 3-35 > 조사 지역 응답자의 한식 의견지도자 유형	103
< 그림 3-36 > 조사 지역 응답자의 한식 커뮤니케이션 채널 유형	105
< 그림 3-37 > 전문가 집단의 한식 확산 단계별 중요도 1차토의 결과	116
< 그림 3-38 > 전체 전문가의 한식 확산 단계별 중요도 2차(최종) 토의 결과	117
< 그림 3-39 > 한식 확산 단계별 중요도 1차, 2차 비교 결과	118
< 그림 3-40 > 전체 전문가의 한식 확산 단계별 중요도 1차, 2차 비교 결과	118
< 그림 3-41 > 대중 의견 조사에 의한 한식 확산 지수 히스토그램	121
< 그림 3-42 > 대중 의견 조사에 의한 확산 지수 지역별 박스플롯	122
< 그림 3-43 > 대중 의견 조사에 고정 총합 척도 가중치를 적용한 한식 확산 지수 히스토그램	123
< 그림 3-44 > 대중 의견 조사에 고정 총합 척도 가중치를 적용한 한식 확산 지수 지역별 박스플롯	125
< 그림 3-45 > 전문가 집단의 가중치를 적용한 한식 확산 지수 히스토그램(1차 회의)	125
< 그림 3-46 > 전문가 집단의 가중치를 적용한 한식 확산 지수 지역별 박스플롯(1차 회의)	126

< 그림 3-47 > 전문가 집단의 가중치를 적용한 한식 확산 지수 히스토그램(2차 회의) -----	127
< 그림 3-48 > 전문가 집단의 가중치를 적용한 한식 확산 지수 지역별 박스플롯(2차 회의) -----	128
< 그림 3-49 > 수용자 범주별 초기 개혁 방법 -----	156
< 그림 3-50 > 수용자 범주에 따른 한식의 의견지도자 유형 -----	158
< 그림 3-51 > 수용자 범주별 한식의 커뮤니케이션 채널 유형 -----	160
< 그림 4-1 > 음식 확산의 수용 단계 -----	167
< 그림 6-1 > 각국의 공무원 및 정치인의 부패지수(국외) -----	177
< 그림 6-2 > 세계 각국의 SNS 서비스(국외) -----	177
< 그림 6-3 > 맥도날드 세계분포도 및 진출연도(국외) -----	178
< 그림 6-4 > B형 간염의 세계적 분포(국내) -----	178
< 그림 6-5 > 세계 각 도시별 성장 나이 -----	179
< 그림 6-6 > 일본 도시의 재건축 진행 속도 -----	179
< 그림 6-7 > 질병의 요인 -----	180
< 그림 6-8 > 2011 기후 변화 취약성 지수 -----	180

# 연구개발보고서 초록

과 제 명	한식 확산 단계 평가 지표 개발				
	Korean Food Diffusion Stage Evaluation Index Development				
주관연구기관	경기대학교		주 관 연 구 책 임 자	(소속) 경 기 대 학 교	
참 여 기 업	-			(성명) 한 경 수	
총연구개발비 ( 5,000 천원)	계	5,000천원	총 연 구 기 간  총 참 여 연 구 원 수	2012.11.23 ~ 2013.05.22. (총 6개월)	
	정부출연 연구개발비	5,000천원		총 인 원	8명
	기업부담금			내부인원	5명
	연구기관부담금			외부인원	3명

**○ 연구개발 목표 및 내용**

1. 한식 확산 문헌 고찰 및 선행연구를 통하여 한식 확산 단계 평가 지표 개발을 위한 설문지 개발
2. 개발된 설문지를 활용한 미국지역 설문조사 실시
3. 설문 조사 결과 분석을 통한 한식 확산 평가 지표 개발
  - 지표의 신뢰도 및 타당도 검증
  - 한식 확산 지수 개발을 위한 가중치 선정
  - 결과 분석
4. 최종 한식 확산 단계 평가 지표 제시
5. 한식 확산 단계 평가 지표를 적용한 미국 지역별 한식확산지도(Korean Food Diffusion Map)를 제작

**○ 연구결과**

1. 지역별 특성에 따른 한식의 확산
2. 수용자 범주에 따른 한식의 확산
3. 한식의 인지된 특성과 개혁 결정 단계에 따른 한식의 확산
4. 한식 확산 지표에 따른 한식 확산 지수화
5. 한식 확산 지수를 활용한 한식 확산 Map 제작

**○ 연구 성과 활용실적 및 계획**

1. 해외 진출 시 고려되는 다양한 속성(글로벌 시장의 잠재력, 음식문화, 고객특성 등)을 위한 실질적인 정보 제공
2. 음식 문화 체험 관광객인 F.I.T(free independent traveler)고객을 위한 마케팅 전략으로 각 국의 민족성을 고려한 음식문화 체험 관광지를 개발 및 국내 거주 외국인을 위한 세분화 된 마케팅 방안을 제시
3. 다문화 가정으로 형성된 가족을 위하여, 한식의 적응 방안과 수용방안을 도출하여 식생활의 편의를 도모하여, 한국 생활 적응을 도움
4. 단기적 관점에서는 한식 사업의 성과를 고시 할 수 있으며, 이후 연차별, 정기적 조사를 통하여 한식 현지화를 위한 사업체 지원 및 커뮤니케이션 전략을 구축
5. 경제적으로는 국내의 해외진출 외식기업의 의사결정 과정을 축소하여 비용과 시간을 절약하고, 최적의 타겟 마케팅을 통해 성공률을 높여 한식 확산의 긍정적 파급 효과 기대

# 한식 확산 단계 평가 지표 개발

## (Korean Food Diffusion Stage Evaluation Index Development)

### 제 1 장 연구개발과제의 개요

#### 제 1 절. 연구의 필요성

외식산업 육성의 중요 측면이 부각되면서 정부는 2011년 09월에 「외식산업 진흥법」을 제정·시행하였고, 외식산업 육성을 위한 인프라 구축, 경쟁력 향상, 농어업과 연계강화 등 다양한 외식산업 진흥 정책이 추진되고 있다.

한식 재단에서는 한식의 세계화를 위하여 2012년 1월부터 프랑스, 영국, 독일, 오스트리아, 벨기에, 덴마크, 네덜란드, 스위스, 그리스, 이탈리아, 스페인 등 유럽 11개국의 한식당 가이드를 발간했으며, 2012년 1월, '서유럽 한식당 가이드북 시리즈'와 어깨를 나란히 하기 위해 기존의 <한국 레스토랑 가이드 2011, 도쿄>를 재정비하여 개편하였다. 이어, 2013년 3월, 미국 LA와 뉴욕 지역 한식당 가이드가 발간되었다.

한식재단에서 발행한 <한식당 가이드북>은 한국 고유의 식문화를 담은 한식의 맛과 멋을 세계인들과 함께 누리고자 세계 곳곳에 있는 대표 한식당을 소개하고 있다.

한식 재단은 한식 세계화를 위한 사업의 단계로 2008 ~ 2010년 초기 실행화 단계, 2011 ~ 2012년은 본격 추진 단계, 2013 ~ 2015는 한식 세계화 사업 현지화를 위한 기본적인 성과단계, 2016년부터는 한식 세계화 사업 현지화를 위한 좀 더 디테일한 성과 단계로 한식 세계화 사업 로드맵을 구축하여 한식 사업을 추진하고 있다.

또한 한식재단은 한식의 세계화를 이루기 위하여 우수 한식당 인증, 해외 한식 조리법 보급, 세계 한식 네트워크 구축, 한식 홍보 등의 역할을 수행하고 있으며, 전 세계 한식당 가이드를 출간하였으며, 한식당 가이드에는 국가별로 한국과 대상국의 음식 전문 평가단이 직접 매장을

방문하여 음식의 맛, 서비스, 위생, 인테리어 등을 평가하고 최종 선정된 한식당들을 수록하였다.

한식당의 진출 현황이 2005년 24개 업체, 48개 점포에 그쳤던 한식당 진출이 2010년 30개 업체 170개 점포로 증가하였으며, 2011년 기준으로 전 세계 한식당 수는 총 9,249개로 유럽 27개국 543개, 중국 2,032개, 미국 1,626개, 남미 10개국 132개가 위치함, 글로벌 시장에서의 한식은 양적으로 급속히 확산되었다.(한식재단, 2010)



< 그림 1-1 > 국가별 한식당 진출 현황

글로벌 시대에 따라 한국 문화가 널리 알려지고 따라서 한식이 확산됨에 따라 한식은 전 세계에서 접할 수 있는 음식이 되었으며, 최근에는 한류의 열풍으로 전 세계적으로 한국에 대한 관심이 높아지면서 한식은 영양적인 우수성을 인정받았지만 이것으로 한식 확산을 위한 좋은 기회일 뿐 한식이 확산 되었다고 판단하기에는 어려움이 있다.

외식산업은 무한한 잠재소비자를 전 세계적으로 보유하고 있으므로, 각 국가에서는 자국의 독특한 음식문화를 통해 자국의 외식 산업을 전문화, 대형화, 국제화 하여 고부가 가치 산업으로 변화하고 있다.(장승진;2006, 손영진;2006)

이처럼 한식 확산은 국가적인 차원에서 높은 관심을 보이고 있으며 한식 세계화 사업을 위하여 세계로 진출하는 한식당에 대한 조사가 지속적으로 이루어지고 있으며 한식 재단에서는 한식당 가이드 북 뿐만이 아니라 국가별 한식당 현황 및 경영 환경 등을 조사한 연구 자료를 사이트에서 제공하고 있다.

농림수산식품부에서는 외식 산업 진흥을 위한 일환으로 인프라 확충, 경쟁력 확보, 고부가가치 창출 등의 과제를 수행하고 있다. 이 중 산업 현실을 반영한 통계·정보기반 확충을 수행하면서 외식산업의 기초정보, 현재와 미래성과를 예측할 수 있는 「한국 외식산업 실사지수(KRPI : Korea Restaurant Performance Index)」를 분기별로 작성하고 있으며 이와 더불어 현황과약을 위해 업종, 형태, 연매출, 식재료비 비중, 객단가 등 기초정보와 대표 외식기업의 재무상태도 분석하고 있다.

이에 외식 정보와 수요자와의 접근성 향상을 위해 식품산업통계정보시스템(FIS)을 이용, 통계조사 기관별로 산재된 통계 정보를 통합 ‘정보 One-Stop 서비스 체제’를 구축해두었다. 실질적으로 해외 진출을 희망하는 외식업체를 위해 분쟁사례집, 표준계약서, 현지파트너 발굴 및 DB 구축, 시장조사 등 맞춤형 지원체계를 구축하고 있으며, 청년 인턴 사업, 한식당 조리사, 매니저 등을 대상으로 한식 조리 및 서비스 교육을 확대 하는 등의 해외 진출 기업에 전문 인력을 공급해 주고 있다.

한 국가의 음식문화가 타문화권의 나라에서 성공을 하기 위해서는 먼저 민족적 특성과 인구통계학적 특성, 식품소비구조를 고려해야 하지만(June & Monica,2009) 실제 외식기업의 해외진출에 있어 가장 큰 애로사항은 해외 시장 정보의 부재라 볼 수 있다.(김용규;2000, 윤인상;2005, 한국식품연구원;2008, 한국외식연감;2009, 신선화;2010)

한경수·신선화(2011)는 국내 외식기업의 해외 진출 시 최적의 진출 국 평가와 선택을 위해 외식시장에 영향을 주는 변수에 따라 아시아 국가 분류를 실시하여 외식시장을 세분화 함, 삶의 수준, 사회기반시설, 선진화, 가격 안정성, 잠재력의 요인에 따라 총 6개의 군집으로 세분화하였으며, 외식기업의 해외진출 시 정확하고 적합한 정보는 진출국 선정에 위한 의사결정 단계를 줄이고 현지 상황에 맞도록 사전에 철저한 전략과 계획을 가능케 하여 성공적인 현지화를 위해서는 객관적이 정확한 정보가 반드시 필요하다.

국가가 선진화 될수록 과학적이고 합리적인 의사결정을 위해서는 복잡한 사회현상을 계량적인 데이터나 간단한 수치로 쉽게 설명하여야 사람들의 설득력을 얻을 수 있으며, 이에 사회의 각 분야에서는 각종 데이터를 기초로 지표화하고 지수화하는 작업이 활발하게 전개되고 있다.(김창환;2011)

국가적으로 한식 세계화 사업 현지화가 추진된 지 5년이 지났으며, 2013년부터는 기본적인

성과단계에 이르렀다. 이에 우리는 선진시대에 발맞추어 글로벌 시장에서의 성공적 한식 세계화를 위해서는 한식의 확산정도를 파악할 수 있는 지표 및 도구가 필요하며, 한식 확산 단계 평가 지표를 개발하여 현지 한식당의 경영난을 극복하고 성공적 한식 세계화를 위해서는 해외 시장에서의 한식 확산 단계를 평가하여 우리가 나아가야할 방향과 향후 연구 과제를 제시하고자 한다.

## 제 2 절. 연구의 목적

본 연구의 최종 목표는 한식 확산 단계를 평가할 수 있는 지표를 개발하여 미국 동부, 서부, 중부 지역의 한식 확산 단계를 파악하고 비교 분석하여 지표를 수정, 보완하고 이를 활용하여 글로벌 시장에서의 한식 확산 단계를 평가 할 수 있는 지표를 개발 하고자 한다. 나아가 이를 활용한 누구나 쉽게 한식의 확산 단계를 파악할 수 있는 한식 확산 지표 Map을 시뮬레이션 하고자 한다.

본 연구의 목적을 달성하기 위한 세부과정은 다음과 같다.

첫째, 한식 확산과 관련한 선행연구 및 문헌고찰을 통해 한식 확산 단계 평가 지표를 개발 한다.

둘째, 개발된 평가 지표를 시뮬레이션 하기 위하여 다양한 소비시장을 형성하고 있는 미국의 동부, 서부, 중부 지역에서 설문조사를 실시하고, 조사 결과를 바탕으로 지역별 특성 및 차이를 비교 분석한다.

셋째, 평가도구의 실용성 및 적합성 확인을 위하여 산, 학, 연으로 구성된 한식 사업 전문가의 명목 그룹기법을 활용한 집단 회의를 실시한다.

넷째, 설문조사 결과와 전문가 집단 회의를 통한 결과를 활용하여 한식의 확산 지수를 도출하고, 지수를 활용한 한식 확산 Map을 시뮬레이션한다.

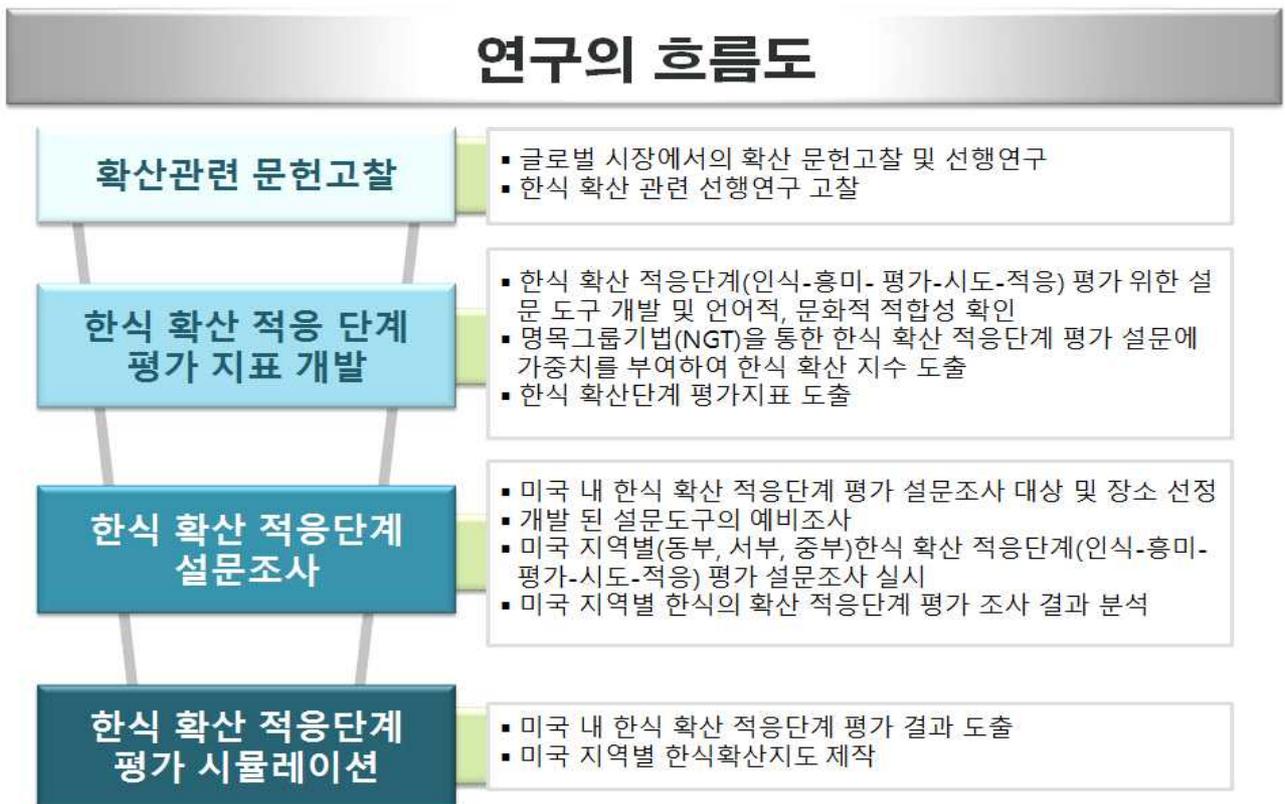
다섯째, 최종 결과를 중심으로 한식 확산 단계 평가 지표를 비교 분석하여 최종 한식 확산 단계 평가 지표를 제안한다.

### 제 3 절. 연구의 내용

본 연구의 한식 확산 단계 평가 지표 개발을 위하여 Rogers(2005)의 ‘Diffusion of innovation’에서 수용자 범주 항목과 적응 과정 항목, 커뮤니케이션 채널 항목을 도출하였으며, Prochaska(1992)에 의해 제안된 다섯 가지 변화의 단계(Stages-Of-Change:S-O-C) 변화 단계 모델을 기반으로 한식 수용의 심리 변화에 따른 행동 변화에 관한 항목을 도출하였다.

한식 확산 단계에 미치는 영향을 알아보기 위한 한식의 인지된 특성은 윤나라(2012), 한경수 외(2010), 이강호(2010), 권용주(2010), 정영미(2010), 이승현(2004), Flath(2005), Verma(1999) Moore & Benbasat(1991)의 선행 연구를 바탕으로 도출하였고, 초기 개혁 방법은 한경수(2010)의 연구를 바탕으로 도출하였다.

한식 적응단계에 따른 중요도의 가중치 선정을 위하여 고정 총합 척도법을 사용하여 응답자에게 질문하였고, 산출된 한식 확산 지수를 비교해 보기 위하여 한식의 확산 지수를 직접 질문하여 스스로 답할 수 있는 문항을 만들어 제시하였다.



< 그림 1-2 > 연구의 흐름도

# 1. 연구내용 및 범위

< 표 1-1 > 연구의 내용 및 범위

목 차	연구의 세부 항목
<b>I. 연구의 개요</b>	
연구의 목적	연구의 최종목적에 따른 세부 목적제시
연구의 추진배경	한식 확산 단계 평가 지표 개발의 필요성 제시
연구의 내용 및 추진절차	한식 확산 단계 평가 조사 및 지표 개발의 세부내용 별 추진 절차 제시
<b>II. 연구의 방법</b>	
<b>Part1. 한식 확산 단계 평가 조사</b>	
한식 확산 단계 평가 설문도구 개발	한식 확산의 문헌 고찰 및 선행연구 한식 확산 단계 평가 설문도구 개발 설문도구의 언어적, 문화적 적합성 검증
한식 확산 단계 평가 설문조사	미국 내 한식 확산 단계 평가 설문 장소 및 대상 선정 미국 내 설문조사 수행 계획 미국 내 한식 확산 단계 평가 예비조사 미국 내 한식 확산 단계 평가 설문조사
<b>Part2. 한식 확산 단계 평가 지표 개발</b>	
한식 확산 단계 평가 지표 가안 도출	한식 확산 단계 평가 설문 결과 고찰 한식 확산 단계 평가 지표 가안 도출
한식 확산 단계 평가 지표 개발을 위한 명목그룹기법(NGT)	명목그룹기법을 통한 한식 확산 단계 평가 지표 지수화
<b>III. 연구의 결과</b>	
한식 확산 단계 평가 설문 결과 분석	미국 내 한식 확산의 적응단계 통계 분석결과 미국 내 지역 별 한식 확산의 차이, 비교 분석
한식 확산 단계 평가 지표	미국 지역별 한식의 확산 단계 평가 설문 결과 고찰 한식 확산 관련 선행 연구 및 설문결과를 통한 지표 가안 도출 명목그룹기법(Nominal Group Technique)을 통한 지표의 지수화 최종 한식 확산 단계 평가 지표 개발
한식 확산 단계 평가 시뮬레이션	미국 지역별 한식확산지도(Korean Food Diffusion Map) 실현
<b>IV. 향후 과제 및 제언</b>	

## 2. 조사 지역 선정 배경

본 연구의 공간적 배경은 미국 서부의 캘리포니아(CA, California) 중서부지역의 아칸소(AR, Arkansas), 북동부지역의 펜실베이니아(PA, Pennsylvania)지역을 선정하였으며, 연구 조사 지역 선정 배경은 다음과 같다.



< 그림 1-3 > 조사 지역 선정

첫째, 미국의 소비자 성향은 지역별로 다르다.

미국인들은 지역별 소비 성향은 동북부 및 중, 서부지역 소비자들이 타 지역에 비해 진보적인 구매 패턴을 가지며, 특히 중, 서부지역은 타 지역에 비해 소득수준이 높고 다양한 인종 및 직업을 가진 사람이 살기 때문에 대체로 유행에 민감하다.

둘째, 미국은 단일 국가 시장이면서 마치 유럽 대륙과 같이 다양하고 복합된 시장이다.

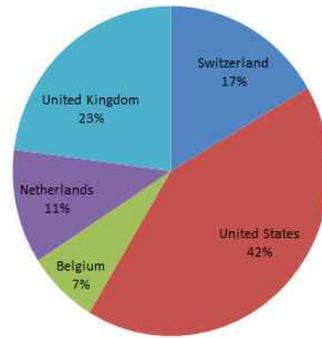
2010년 미국 통계청(Census United States) 인구조사 기준(전체 인구 3억 874만 명) 미국에는 75.1%가 백인인구이며, 나머지 33.1%는 흑인(12.3%), 히스패닉계(12.5%), 동양계(3.6%)로 나타나고 있어, 백인이 주류이나 히스패닉, 동양계 인구가 급증하고 있는 다인종 시장으로 유럽 대륙과 같이 다양하고 복합된 시장이다.

미국 경제지인 Fortune은 기업의 성과를 잘 드러내는 가시적인 지표인 “매출액”을 기준으로 매년 세계 500대 기업을 선정하는데 500대 기업 중 미국은 무려 133개 기업이 선정된다. 2009년 140개, 2010년 139개에 비하면 감소한 수치이지만 세계 500대 기업의 1/4이상을 차지하는 엄청난 개수이며, 10권에 미국 기업이 3개나 진입하여 있는 것을 볼 때 이것은 단순히 양적인 문제를 넘어 다양한 분야에 걸친 미국의 영향력이라 사료된다.<sup>1)</sup>

1) <http://www.forbes.com/global2000/list/>

(단위 : 십억달러)

순위	기업명	국가	매출액	이익
1	Nestle'	Switzerland	89.2	10.1
2	Coca-Cola	United States	46.5	8.6
3	Pepsico	United States	66.5	6.4
4	Anheuser-Busch InBev	Belgium	39	5.9
5	Unilever	Netherlands	60.2	5.5
6	Kraft Foods	United States	54.4	5.5
7	Tesco	United Kingdom	99.1	3.5
8	Philip Morris International	United States	31.1	4.3
9	British American Tobacco	United Kingdom	23.9	5.5
10	McDonald's	United States	27	2.1



\* 자료원 : <http://www.forbes.com/global2000/list/>

< 그림 1-4 > Forbes 선정 2011 글로벌 식품기업 1위 ~ 10위

다민족으로 구성된 미국은 세계 요리 전시장이라고 할 만큼 세계 각국의 요리가 집합되어 있는 곳(농림수산식품부, 2010)으로 다양한 음식문화를 현지화해 나감으로서 음식문화의 포용성, 다양성, 국제적 감각을 느낄 수 있는 곳으로 세계에서 제일 큰 식품시장이며, 단일 국가 시장이면서 마치 유럽 대륙과 같이 다양하고 복합된 시장이다.(김재수, 2006)

설문조사에 앞서 연구 조사 대상 설정을 위하여 위키아와 한식재단의 내용을 중심으로 미국 내 지역 별 한식당의 보유량을 조사하였다.

지역	구분	총합계	지역	구분	총합계	지역	구분	총합계	지역	구분	총합계
북동부	washington DC	1	남부	Alabama	9	서부	Arizona	11	중서부	Illinois	80
	Connecticut	3		Delaware	1		**California	677		Indiana	3
	Maine	1		Florida	24		Colorado	24		Iowa	1
	Massachusetts	19		Georgia	68		Idaho	0		Kansas	2
	New Hampshire	0		Kentucky	6		Montana	0		Michigan	13
	New Jersey	101		Louisiana	1		Nevada	24		Minnesota	6
	New York	193		Maryland	36		New Mexico	2		Missouri	3
	Ohio	9		North Carolina	9		Oregon	6		Nebraska	2
	**Pennsylvania	23		Oklahoma	3		Utah	6		**Arkansas	0
	Rhode Island	1		South Carolina	6		washington	59		Wisconsin	5
Vermont	1	Tennessee	13	기타	Alaska	2					
		Texas	52		Hawaii	55					
		Virginia	65								

\* 자료원 : 2011외식연감 p.461.

< 그림 1-5 > 미국 내 한식당 주(State)별 분포

조사결과, 한식당의 수는 서부 지역에 가장 많이 분포되어 있었으며 동부 지역은 평균적인 수를 보였고, 중부 지역의 경우 가장 적은 수로 나타났다.

이에 본 연구에서는 한식의 확산 단계 평가 지표를 위한 공간적 범위를 미국으로 제안하며, 한식당 수에 따른 지역을 분류하여 한식당 수가 가장 많이 분포한 지역인 서부의 캘리포니아(41.6%)와 평균적인 분포를 보이는 지역 북동부의 펜실베이니아(1.4%), 낮은 분포를 보이는 중서부의 아칸소(0%)를 연구 대상 지역으로 선정함으로써 상이한 환경적 변수를 지닌 아시아, 유럽, 아프리카 등의 다양한 글로벌 외식시장에서의 한식 확산 단계 평가 지표를 개발하고자 한다.

## 제 4 절. 연구의 범위 및 제한점

한식 확산 단계를 평가한다는 것은 정성적 가치의 단계를 정량화하는 것이므로 지표화 한다는 것에서부터 논쟁적 성격을 가지고 있으므로 다양한 방식으로 제시 될 수 있다. 그러나 본 연구의 경우 한식의 확산 단계를 평가하고 정보화하기 위하여 한식의 확산 단계를 Rogers의 확산이론(Diffusion theory)에 따라 분류하여 정성적 조사를 실시하였으며, 지표의 특성상 한식당 현황조사도 지역 별로 실시하여야 하나 현황조사의 경우 기관 단위로 수행되고 있으나 기과별, 지역별로 한식당의 수가 상이하므로 본 연구의 조사 문항에서 제외되었다.

또한 한식당이라는 범위와 성격이 한식의 인식과 같이 동질적이지 않기에 모든 지역과 국가를 대상으로 문항을 개발한다는 것은 불가능하다. 따라서 본 연구에서는 한식의 확산 단계 평가 지표를 국가적 지원 및 관리가 필요한 영역으로 보고, Rogers의 확산이론(Diffusion theory)을 중심으로 일차원적 지표를 개발을 진행하였다.

## 제 5 절. 연구의 방법

### 1. 문헌 연구

한식 세계화의 필요성이 대두되기 시작하면서 한식 세계화 및 한식에 대한 연구는 급속하게 증가하였다. 따라서 한식 확산 단계 평가 지표를 개발하기 위하여 단계별 항목과 한식의 개혁 결정 단계의 필요 요인인 상대적 이점과 적합성, 복잡성, 시도가가능성, 관찰 가능성에 대하여 충분한 검토가 필요하며 중요항목을 중심으로 한식 확산 단계 평가 지표의 항목으로 구체화 하여 사용하였다. 문헌 연구는 국내외 정책 자료 및 학술 논문 등을 중심으로 검토하였다.

## 2. 설문조사

문헌 연구의 결과를 바탕으로 한식 확산 단계 평가 지표를 구성하였고, 지표 구성의 타당도와 설문지 구성의 이해, 지표의 신뢰성을 확인하기 위하여 2013년 1월 20일에서 2013년 1월 24일까지 경기대학교 동계 영어캠프에 참여한 대학생 50명을 대상으로 1차 pre-Test를 진행하였으며, 수정, 보완이 필요하다고 판단된 항목들을 중심으로 설문지를 재구성하였고, 문화적 차이에 따른 설문지 이해력의 차이를 파악하기 위하여 2013년 2월 1일부터 2월 10일까지 미국 중부의 Arkansas대학의 대학생 30명을 대상으로 2차 pre-Test를 진행하여 설문지를 수정 보완하였다.

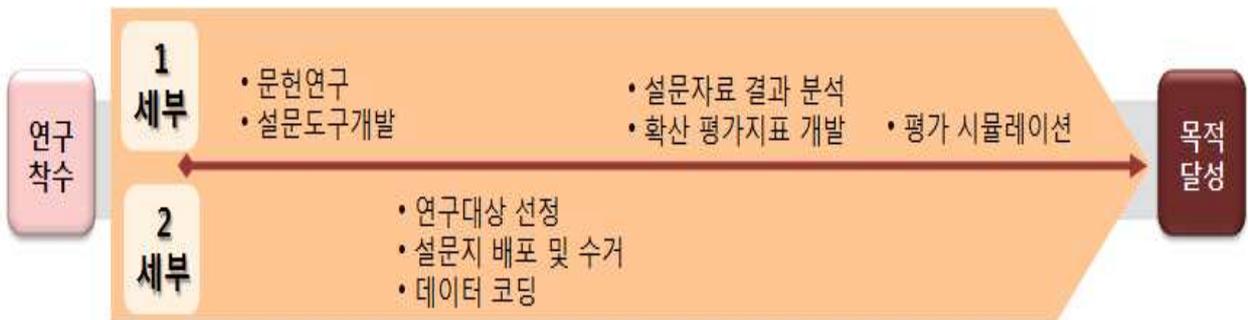
예비 조사 이후 10여 차례에 걸쳐 설문지를 수정 보완하여, 2013년 2월 15일부터 3월 31일까지 학교 교직원 및 학생, 인근 거주민을 대상으로 실시하였다. 원활한 진행을 위해 설문조사 전, 연구의 목적에 대해 사전 설명 및 동의를 구하였으며, 조사를 마친 응답자들에게는 한국 전통 부채 및 자석을 제공 하였다. 설문지는 지역별 350부씩 총 1,050부를 배포하여 933부 (AR:330, PA:323, CA:280)를 회수하였으며(회수율:88.8%), 불성실한 설문지 및 한국인이 응답한 설문지를 제거하여 유효 표본 929부를 실증 분석에 사용하였다.

## 3. 전문가 의견 수렴

본 연구는 한식 사업 분야의 전문가 의견이 중요하다 판단하여 한식 사업 전문가 집단의 도움을 받기 위하여 전문가 집단 회의를 실시하였다. 회의의 방법은 한식 확산의 가중치를 구하기 위하여 명목그룹기법(Nominal Group Technique)을 사용하여 진행하였다.

## 제 6 절. 연구의 진행 과정

본 연구는 한식의 확산단계를 파악하기 위하여 미국 현지에서 설문조사를 실시하였으며 효과적인 목적 달성을 위하여 연구의 수행기간 동안 1세부 과제와 2세부 과제 연구로 나누어 연구를 진행하고자 하였으며, 연구 진행 과정 동안 세부과제별 연구자는 지속적인 의견 교환 및 수렴을 통하여 연구 내용 및 범위의 오류를 최소화 하고자 하였다.



1 세부 과제	역할	• 연구를 주관하여 전반적인 계획을 수립 하고 한식 확산 지표개발을 위한 미국 내 한식 확산 단계 설문도구 개발 및 결과 분석과 평가 지표개발과 시뮬레이션 실시
	목표	• 글로벌 시장에서의 한식의 확산을 평가하기 위하여 현실성과 실용성이 있는 한식의 확산 단계 평가 지표를 개발하여 외식기업의 해외진출에 있어 유용한 정보를 제공하고자 함
	내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한식 확산 관련 선행연구 및 문헌고찰을 통해 설문도구 개발</li> <li>• 설문도구 타당성을 위한 언어적, 문화적 적합성 여부 확인</li> <li>• 미국 내 지역별 한식 확산 적응단계 설문 결과 분석</li> <li>• 한식 확산 단계 평가 지표 개발</li> <li>• 한식 확산 단계 평가 지표 시뮬레이션</li> </ul>
2 세부 과제	역할	• 미국 내 현지에서 설문조사와 관련한 계획 및 수행과 결과 분석을 위한 기초단계 담당
	목표	• 미국내 지역별 한식 확산 단계 평가 설문조사가 적시에 적절히 이뤄지도록 철저한 사전 계획을 수립
	내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 내 한식 확산 단계 평가 설문조사 실시 지역 및 대상 선정</li> <li>• 개발된 한식 확산 단계 평가 설문도구의 예비조사</li> <li>• 한식 확산단계 평가 설문지의 배포 수거</li> <li>• 결과분석을 위한 데이터 코딩</li> </ul>

< 그림 1-6 > 세부 과제별 연구 진행 방향 및 내용

## 제 2 장 국내·외 기술개발 현황

### 제 1 절. 한식 확산에 관한 문헌 고찰

Rogers(2003)의 확산이론은 신제품 확산 및 수용과정에 있어 수요의 동태적인 속성을 반영한 연구이며 새로운 아이디어나 제품이 초기에는 혁신성이 강한 소비자들에게 먼저 수용되고 긍정적 평가에 의해 시간이 흐름에 따라 단계적으로 확산 되는 고객 의사 결정을 의미하며, 확산 과정과 수용과정을 구분하여, 확산과정을 사회시스템 내의 구성원들 사이에서 신제품의 교환 및 유통이 이루어지는 과정을 설명한 연구이다.(한경수;2010)

개인에 따라 신제품 혹은 신기술을 수용하는 수용 속도가 각기 다를 뿐만 아니라 제품에 따라서 초기채택자도 다를 것으로 생각되기 때문에 개인이나 다른 채택의 단위가 사회체계의 다른 구성원보다 새 아이디어를 채택하는 데 상대적으로 더 빠른 정도인 ‘개혁신’에 따라 서로 다른 수용자로 분류 할 수 있다.(Rogers;2003)

#### 1. 수용자 범주별 특성

수용자범주란 혁신성을 기초로 한 사회체계 내의 구성원의 분류를 말하며, Rogers(2003)는 새로운 혁신을 수용하는데 있어 상대적 속도를 나타낸 혁신 성향에 따라 수용자를 혁신자(Innovators), 초기채택자(Early Adopters), 초기대다수(Early majority), 후기대다수(Late Majority), 비혁신자(Laggards)의 5가지 범주로 분류하였다.(한경수;2010)

첫째, 혁신자(Innovators)들은 대담할 정도로 모험심이 강하고 따라서 위험을 감안하고서라도 새로운 아이디어 혹은 상품을 사용해 보고자 하는 욕구가 강하며, 새로운 개혁 사용을 위한 필요한 기술이나 지식을 습득하거나 적용하는 능력을 지니고 있다. 또한 개혁의 채택을 따를 수 있는 손해나 손실의 부담을 덜 갖고 새로운 혁신을 빠르게 수용할 수 있는 경제적인 여건과 사회적 능력을 지니고 있다. 많은 이들에게 존경 받지 못하나 ‘확산’ 과정에 중요한 역할을 한다.

둘째, 초기채택자(Early Adopters)는 새 아이디어를 채택하기 전에 신제품에 대한 정보와 충

고를 의논해야 할 사람을 간주되는 경향이 있어 의견지도자(Opinion leader)들이 가장 많이 속해있다. 많은 이들의 존경을 받으며, 새 아이디어를 채택하여 대인 네트워크를 통해 신제품에 대한 주관적인 평가를 전달하며, 평가를 들은 잠재적 채택자들의 불확실성과 불안함을 감소시킨다. 따라서 신제품을 성공적으로 채택되어 사용되는 것을 현실화 한다.

셋째, 초기대다수(Early majority)는 상대적으로 일찍 채택하거나 혹은 매우 늦게 채택하는 사람들 사이를 연결하는 경향이 있다. 수용자 범주 중 그 구성원이 가장 많으며, 이들의 의사결정과정은 혁신자이거나 초기채택자들에 비해 길다.(이승현;2004, 김성일;2011) 새로운 아이디어를 완전히 수용하기 전까지 시간을 가지고 신중하게 생각함으로(김성일;2011) 개혁을 이끌고 주도하는 경우는 드물다.

넷째, 후기대다수(Late Majority)는 회의적이며 다수가 채택한 후에 채택하는 경향이 높다. 보통 주변 사람들의 사회적 압력에 의해 개혁을 채택하는 경우가 많으며, 신제품에 대한 불안함이나 위험성이 없어지고 그것이 안전하다고 느껴질 때 개혁을 채택한다. 대부분 경제적인 여유가 적으며 대중매체를 잘 이용하지 않는다.

다섯째, 비혁신자(Laggards)는 의견지도력이 매우 낮으며 사회적 네트워크로부터 거의 고립되어 있다. 전통적이고 보수적이며, 개혁자체를 의심하거나 부정적으로 보는 경향이 있다. 따라서 새로운 개혁을 인지하고 지식을 습득하고 난 후 이를 채택하고 사용하기까지 긴 시간이 소요된다. 대부분 경제적인 특성의 제약을 많이 받고 있기 때문에 새로운 개혁을 권유하는데 조심해야한다.(Rogers;2003)

## 2. 적응 단계별 특성

Rogers의 혁신 단계 모형은 20년 전 시장에 새로 도입된 제품은 처음 인지했을 때부터 구매에 이르기까지 인식(awareness), 흥미(interest), 평가(evaluation), 시도(trial), 적응(adoption)의 5단계를 거치는 적응단계(adoption process)를 거치게 된다고 하였다.



< 그림 2-1 > 적응단계(Adoption Process)

인식(Awareness)단계는 혁신에 대해 들어본 적은 있으나 정확한 정보는 부족한 단계이며, 흥미(Interest)단계는 혁신에 대한 부족한 정보를 찬찬히 찾아보는 단계를 말한다. 평가(Evaluation)는 혁신의 사용을 마음속으로 고려하며 시도를 할 것인지에 대해 결정하는 단계이며, 시도(Trial)단계는 주로 현 시점과 미래 시점의 맞는 혁신적 가치에 접근하기 위한 작은 규모의 시도가 이루어지는 단계이다. 적응단계(Adoption Process)의 마지막 단계는 적응(Adoption)의 단계로 혁신을 정기적으로 수용하고 사용하는 단계를 말한다.(Sid L. Huff, Malcolm C. Munro, 1985)

그리고, Haverlock(1973)은 Rogers의 5단계 적응단계에서 융합(Integration)을 추가하여 6번째 단계로 통합(Integration)단계를 제안하였으며, 이는 적응보다 더 나아가 새로운 혁신을 자신에게 맞게 응용할 줄 아는 상태를 말한다.

### 3. 개혁 결정에 따른 심리 변화

한식 확산 단계 평가 지표 개발을 위해 심리 변화에 따른 한식의 확산을 다음과 같은 연구 내용을 기반으로 설정하였다.

#### 가. Prochaska의 변화단계 (Stages of Change)

변화 단계(Stages of Change)는 제임스 프로차스카(James O. Prochaska)에 의해 10여년 간 진행된 연구의 결과이다. 변화 단계 모델은 기존에 선행되었던 치료이론들에서 발견한 공통된 변화과정(Prochaska;1979)을 1980년대 초반, 금연에 적용시키면서 발전시킨 모델(Prochaska & DiClemente.;1984)이다. 초기에 금연 실험을 위해 개발되었지만 최근에는 행동심리학에서 단계 모델로 광범위하게 사용 되어 지고 있다(Weinstein et al.;1998)

Prochaska의 심리 변화 단계는 사람들이 고려 전(pre-contemplation), 고려(contemplation), 준비(preparation), 행동(action) 및 유지(maintenance) 단계를 거쳐 가면서 행동 변화를 이루어 간다고 가정하였다.(김교헌;2002)

#### 나. 심리 변화 단계

고려(pre-contemplation)단계는 예측할 수 있는 미래에 행동을 변화하려는 의지가 없는 단계이다. 대부분 이 단계에서는 자신들의 문제를 인지하지 못하나 가족, 친구, 이웃 또는 직장 동료 등 주변사람들은 그들의 문제를 인식하고 있다. 이 단계를 측정하기 위해 일반적으로 6개월

안에 이 문제를 진지하게 바꿀 생각을 하고 있는지 아닌지 물어본다. 자신의 문제를 개선 혹은 변화 시킬 의향이 없다면, 전형적인 고려 단계인 것이다.

심사숙고(contemplation) 단계에서 사람들은 문제의 존재를 인식하며 그 문제로 인해 초래될 수 있는 결과에 대해 심각하게 생각한다. 하지만 아직 행동으로 옮기지 않았으며 사람들은 이미 오랜 기간 동안 고려단계에 머물러있다. 전형적인 심사숙고단계 사람들은 다음 6개월 안에 이 문제되는 행동을 바꿀 것을 심각하게 고려한다.

준비(preparation) 단계는 1개월 안에 문제되는 행동을 변화하려는 행동을 취할 생각을 가지고 있다. 그들에게 작은 변화는 있지만 여전히 행동 변화 기준에는 미치지 못한다. 그들은 심사숙고와 실행 척도 둘 다에서 매우 높은 지수를 보여준다. 가까운 미래에 행동으로 취하려 하지만 아직 그렇지 않은 단계이다.

실행(action) 단계에서는 사람들이 그들의 행동과 환경을 수정한다. 실행(action)단계에서 이루어지는 문제 행동의 수정은 대부분 보여 질 정도로 이루어진다. 만일 사람들이 하루에서 6개월 사이의 기간 동안 성공적으로 행동이 바뀐다면 전형적인 실행단계이다. 그들은 실행척도에서 높은 지수를 보이며 다른 척도에서는 낮은 지수를 보인다. 문제를 극복하기 위해 행동을 변화하는 단계이다.

유지(maintenance) 단계에서 사람들은 6개월 혹은 그 이상의 기간 동안 변화된 상태를 유지한다. 문제를 일으켰던 행동에 대한 재발을 막기 위해 노력하며 이미 만들어진 변화된 행동을 통합하고 지속하려고 한다. 이미 만들어진 변화된 행동을 통합하고 지속하려는 단계라고 정의하였다.(Rogers;2005, Prochaska;2001, Simon.;2001)

#### 다. 심리변화 단계에 관한 선행연구

Reed(1997)는 행동 운동 단계를 위해 8가지 알고리즘을 사용하여 3개의 독립적인 연구 주제를 회고적으로 비교하였다.

8가지 알고리즘은 Prochaska의 변화 단계 모델(Stages of Change)과 운동에 관한 다른 정의와 응답 모형을 기반으로 응답 모형을 기반으로 'Yes, I have been for more than 6 months.', 'Yes, I have been for less than 6 months.', 'No, but I am planning to start in the next 30

days.', 'No, but I am planning to start in the next 6 months.', 'No, and I don't in the next 6 months.'로 변형하여 다른 서술 방식을 사용하였다.

Sharon(2005)은 이전에 확인된 측정값('Yes, I have been for more than 6 months.', 'Yes, I have been for less than 6 months.', 'No, but I am planning to start in the next 30 days.', 'No, but I am planning to start in the next 6 months.', 'No, and I don't in the next 6 months.', Reed,1997)을 사용하여 신체 활동의 행동 변화를 측정하였다.

#### 4. 한식 확산에 미치는 요인들

본 연구는 한식의 인지된 특성을 측정하기 위하여 Flath(2005), Verma(1999), Moore & Benbasay(1991)의 연구를 토대로 확산에 영향을 미치는 인지된 특성에 관한 이론적 배경을 고찰하였다.

한경수 외(2010)은 한국음식점의 경영자를 대상으로 한식의 확산을 위한 촉진요인과 저해요인을 분석한 결과, 촉진요인은 "Tasty food", "Korean service", "Lack of awareness", "Not found in my area"로 나타났으며 가장 중요시되는 세부 촉진요인은 'Tasty food'요인이며 한식의 확산을 위해 가장 중요시되는 세부 저해요인은 'Poor service'와 'Not found in my area'로 나타났다.

한식의 확산을 위해 수용자 범주별 촉진요인의 차이를 분석한 결과, 초기 채택자일수록 한식 자체의 정통성, 고급스러움, 건강함, 민족성 등의 요인을 중요시 여기는 것으로 나타났으며 후기 수용자일수록 'Free side dish', 'Generous portion'과 같은 'Korean Service'를 매력적인 촉진요인으로 생각하고 있었으며 현지화 되지 않은 음식, 홍보 부족으로 인한 메뉴의 어려움, 상차림과 같은 문화의 상이함 등의 'Lack of awareness'를 중요한 저해요인이라 응답하였다.

이연정(2008)은 '한식의 세계화요인이 외국인의 한국 이미지, 태도 및 상품 구매의도에 미치는 영향'에서 전통 음식의 상품화로 성공한 증가집 김치, 한스 비빔밥 등의 성공요인을 크게 홍보요인, 우수성 인식요인, 상품 품질요인, 서비스요인 등으로 나누었다.

김동주(2011)는 '한국에 거주하는 일부 외국인의 한국음식 적응도와 선호도 조사'에서 재한 외국인들에게 한국음식 적응에 도움을 준 요인을 조사한 결과, '스스로 노력했다'고 대답한 응

답자가 57.3%로 가장 많았고, ‘친구의 도움으로’, ‘기타’, ‘인터넷’, ‘TV, 신문, 잡지’ 순으로 나타났다.

## 제 2 절. 평가 지표 개발에 관한 문헌 고찰

### 1. 평가 지표 개발에 관한 문헌 고찰

#### 가. 한식 확산 단계 평가 지표 개발 방법

한식의 확산 단계 지표가 한식 확산의 질을 담보하고 발전시키는데 유용한 피드백을 제공하고자 한다면 많은 요인들이 고려되어야 한다. 첫째, 지표는 수용된 목적에 관련한 타당한 정보를 제공하여야만 한다. 둘째, 지표는 직원이나 의사결정자에 의해서 영향을 받을 수 있는 시스템의 특징에 관한 정보를 포함해야만 한다.

또한, 지표들이 변화를 이끌어가는 데 유용하게 이용되고자 하기 위해서는 실천가들이 지표를 신임할 수 있는 것으로 수용하여야 한다. 특히 지표가 잘 수용되기 위해서는 지표의 수집을 위해 노력과 비용의 투입을 보장할 만큼 정보가 풍부하고, 공정하며, 충분히 유용해야 한다.

일반적으로 지표(indicator)란 한 체제(system)의 조건과 변화에 따른 간접하고 포괄적이며 균형 있는 판단을 제공하는 공공 통계치(public statistics)라 정의되고 있으며(노화준;2001) 사회적 지표는 사회의 조건 상태와 나아가야 할 방향을 제시하는 양적, 질적 통계이다.(김창환;2011)

넓은 의미에서 지표는 나타내고자 하는 체제의 조건과 변화의 한 측면을 포착하여 측정하기 위한 도구로써 이 도구를 활용하여 측정한 결과물인 구체적인 지표통계도 포함한다. 이에 따라 한식의 확산 단계 평가 지표는 나라별 한식당 수와 수용자 범주별 특성 및 개혁 결정 과정의 단계에 따른 수용자 심리 변화를 나타내는 통계라 정의 할 수 있다.

Duncan(1985)는 경제지표 또는 사회지표라는 용어를 사용하면서 측정을 하고자 하는 개념, 지표 또는 측정 도구, 그리고 통계치를 혼동하기 때문에 혼란이 발생한다고 지적하고 있다. 표준사회과학의 방법론에서는 전통적으로 개념과 측정도구, 그리고 측정결과로 나타난 통계치를 구분한다. 실제로 통계치는 측정과정에서 나타나는 측정오차 때문에 신뢰성과 타당성을 결여할

수도 있기 때문에, 이러한 구분은 정책 선택에서 사용되는 통계에서 상당히 중요하다.

사회적 지표에 대한 개념을 Clemmer 외(1973)는 시간상의 어떤 특정한 시점에서, 목적 및 목적을 향한 발전 상태를 분석하기 위한 증거자료라고 하였고, Duncan(1985)은 사회적 조건과 경향성에 대한 양적 기술과 분석, Jaeger(1978)은 사회적 조건과 경향성의 표현이라 정의 하였다.

한국 보건 사회 연구원(1995)에서 발표한 지표 선택 준거는 사회적 현상에 대하여 관련성 또는 적합성을 가져야 하며 사회적 표준 또는 가치가 있어야 한다. 자료 조작이 있어서는 안 되며 이해 가능한 내용으로 내용의 안정성이 있어야 하며 시간의 흐름에 따른 분류나 분할이 가능하여 비교가 가능하여야 한다.

김영화 외(1997)는 지표 선택 준거를 정보의 요구, 외부자료와의 비교가능성, 체계모형과 체제요소, 체계가 추구하는 가치와 목적 및 문제, 정보 확보 방법을 위한 정보비용과 효과라 말하였다.

Fiz-Gibbon & Kochan(2002)는 지표 선택 준거 기준을 목적과 관련 있는 가치 있는 결과와 기관영향력과의 관련성, 상황 관련성, 조직과 지표체계간의 상호 환류, 지표의 공정성(안면타당도), 접근가능성(이해가능성), 지표의 비 부패성(자료조작 문제), 지표구성 자료의 점검가능성, 변화에의 민감성(변화반영 문제), 지표의 개선 수용성(자료변경가능성), 지표의 행위적 합, 비용-효과성이라 하였다.

이에 따라 지표 선택을 위하여 지표의 사회적 조건반영 능력과 지표의 가치 관련성, 기관의 영향력의 필수 준거 기준이 존재한다.

먼저, 지표의 사회적 조건반영 능력은 선택하고자 하는 지표가 사회적 조건을 반영하는가를 따져보는 준거이며, 여기서 사용되는 사회적 조건이란, 지역별 인구수, 한식당 수 등 이미 한식 확산을 위하여 주어진 물리적 조건을 말하며 지표의 가치 관련성은 세 가지 차원으로 논의 할 수 있는데 첫째, 지표는 지표체계를 적용하는 단위가 가치를 인정하고 달성하고자 하는 목적과 관련을 갖는 것이어야 한다는 것을 의미한다. 하여 이 준거는 선택하고자 하는 지표가 단위의 목적과 관련이 있는가의 여부를 판단하여야 한다.

마지막으로 기관의 영향력으로서 지표란, 조건, 상태, 상태변화, 변화방향을 묘사하는 기술어 또는 지칭자이기 때문에 지표를 선택할 때, 그 지표가 기술하는 또는 지칭하는 현상이 그 지표를 적용하고자 하는 단위에 의해서 영향을 받는가, 아닌가를 판단할 필요가 있다.

이에 따른 지표선택의 핵심준거는 지표의 양적특성, 자료 확보 가능성, 측정의 기술적 특성, 분할과 합산의 가능성, 내용의 안정성, 비용-효과성 등을 제시할 수 있다.

#### 나. 한식 확산 단계 평가 지표 지수 개발

Kerlinge(1986)는 사회적 지표는 대체적으로 대규모의 사회, 정부 또는 조직 단위에서 얻어진 집계통계(aggregated statistics)로부터 계산된 지수들(indices)이라고 말하였고 지수가 수(number)의 형태를 가진다는 입장에서 Kerlinger는 지수(index) 정의에서 두 가지 형태를 제시하였다.

첫째, 지수는 관찰하기 어려운 현상을 대신할 수 있는 관찰할 수 있는 현상을 의미한다.

둘째, 지수는 두 개 이상의 수로 합성된 어떤 수, 즉 단일한 수로서의 합성수(a composite of numbers)를 의미한다.

지수는 개별 지표들을 종합하여 공통된 경향에 대해서 판단할 수 있는 정보를 제공하는 기능을 하는 종합지표로 볼 수 있으며 여러 개별 지표 항목들을 합산하여 종합적인 상황을 보여주는 역할을 하기도 한다.

한식의 확산지수는 데이터를 이용하여 한식의 세계화를 위한 한식의 투입, 과정, 산출 등의 영역에 대해서 시계열적으로 혹은 지역 간 비교 가능한 값을 제시하여 정책적으로 한식의 확산 현황을 쉽게 분석할 수 있다. 한식의 확산 지수는 정책판단과 정책의사결정 및 정책실행을 위한 중요한 판단자료로서 사용할 수 있다.

지수를 사용할 경우의사 결정을 지원하기 위하여 한 가지 관점을 가지고 복합적이고 다차원적인 현실을 요약할 수 있으나 적절하게 구성되지 않거나 잘못 해석된다면 잘못된 정책 메시지를 전달할 수 있으며, 수많은 지표들 보다 단일 지수를 사용하는 것이 해석하기 쉽기 때문에 정책 결론을 단순화 시킬 수 있다.

시간의 흐름에 따른 국가의 향상과 진보를 측정할 수 있으나 지표 및 지수 개발 과정이 투명하지 않고 철저한 통계적, 개념적 원리가 부족하다면, 특정 정책을 지지하는 식으로 잘못 사용될 수도 있다.

핵심정보를 누락시키지 않고 일련의 지표수를 줄일 수 있어 표 선택과 가중치 등은 정치적 논쟁의 대상이 될 수 있다.

현존하는 제한점 내에서 더 많은 정보를 포함 할 수 있으나 지표 개발 과정이 투명하지 않으면 몇몇 차원에서의 심각한 결함을 숨길 수 있으며 적절한 처치 행동을 확인하는데 어려움을 야기하기도 한다.

일반인과의 의사소통을 촉진하고 책무성을 증진시키므로 측정하기 어려운 수행차원이 무시된다면 부적절한 정책을 유도할 수도 있다.

그러나 일반 청중들의 의견을 모으거나 뒷받침하는데 기여하며 사용자들이 복합적인 차원들을 효율적으로 비교할 수 있는 장점을 지니고 있다.

# 제 3 장 연구 개발 수행 내용 및 결과

## 제 1 절. 연구 개발 수행 내용 및 방법

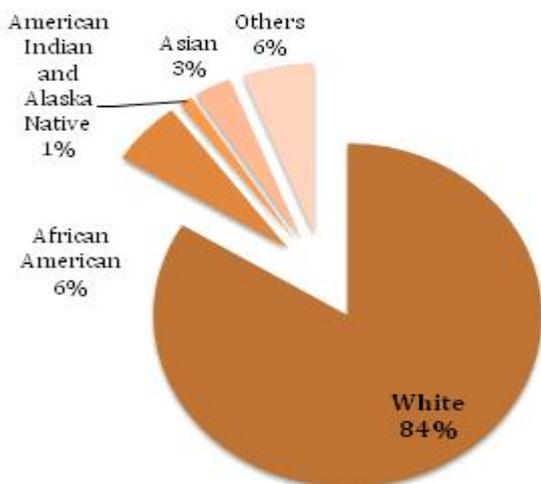
### 1. 설문조사 지역의 일반적 특성 및 한식당 현황 조사 결과

한식의 확산단계 평가 지표개발을 위한 설문조사는 한식당 현황에 따른 차이를 보기 위하여 미국의 중부, 서부, 그리고 동부 지역을 대표하는 도시들에서 각각 진행하였다. 서부지역은 캘리포니아 주(California, CA)의 산호세(San Jose), 중부지역은 아칸소 주(Arkansas, AR)의 파엠티빌(Fayetteville), 그리고 동부지역은 펜실베이니아 주(Pennsylvania, PA)주의 필라델피아(Philadelphia)로 선정하였다.

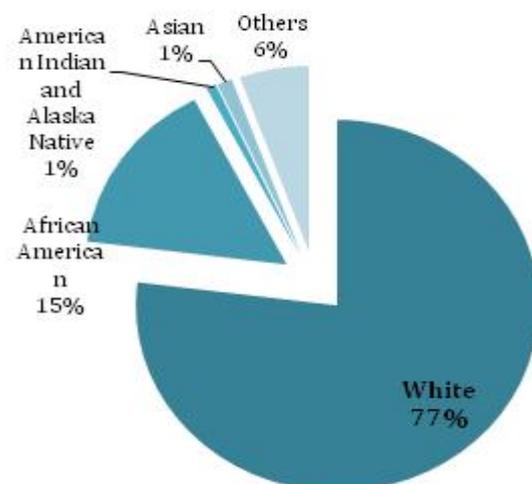
#### 가. 아칸소 주(Arkansas, AR)의 파엠티빌

##### (1) 아칸소 주(Arkansas, AR)의 파엠티빌 인구통계학적 특성

아칸소주, 파엠티 빌의 총 면적 115.3km<sup>2</sup>이며, 2011년 미국 인구 조사국 조사 결과 인구 수는 73,580명이다. 파엠티빌은 아칸소 주에서 세 번째로 큰 도시로 University of Arkansas를 기반으로 한 대학도시이다. 인구의 83%가 백인이며 아시아인은 3%에 불과하다.



< 그림 3-1 > 파엠티빌 지역 인구 구성 비율



< 그림 3-2 > 아칸소 주 인구 구성 비율

< 표 3-1 > 파엣트빌 및 아칸소 주의 인구 현황(2010년)

	파엣트빌	아칸소 주
2010 년 총 거주인구	73,580명	2,915,918명
5세 미만 인구비율	6.00%	6.80%
18세 미만 인구비율	18.50%	24.40%
65세 이상 인구비율	7.80%	14.40%
여성 인구비율	49.70%	50.90%

출처: <http://www.census.gov/>

< 표 3-2 > 파엣트빌 및 아칸소 주의 인종 현황(2010년)

	파엣트빌	아칸소 주
백인계	83.80%	77.00%
아프리카계	6.00%	15.40%
아메리칸 인디안계 및 알래스카계	1.10%	0.80%
아시아계	3.10%	1.20%
기타	6.00%	5.60%

출처: <http://www.census.gov/>

## (2) 아칸소 주(Arkansas, AR)의 파엣트빌 한식당 점포수 현황

파엣트빌에는 중심 반경 40km내 한식당(한식을 전문적으로 하는 식당으로, 일식, 중식, 아시아 퓨전 스타일을 판매하는 곳도 포함)은 1개의 업장으로 평균 객단가는 \$20로 한식과 일식을 함께 판매하고 있는 것으로 조사 되었다.



출처: [www.yelp.com](http://www.yelp.com) and [map.google.com](http://map.google.com)

< 그림 3-3 > 파엣트빌 및 인근 지역의 한식당 분포도

< 표 3-3 > 파앳트빌 및 인근 지역의 한식당 현황

No.	한식당 명	위치	가격	주 판매 메뉴
1	Gold town Sushi & BBQ	Bentonville	\$\$	한식, 일식

출처: www.yelp.com

가격 기준: 객단가 \$ 10달러 이하, \$\$ 10-25달러, \$\$\$ 25-45달러, \$\$\$\$ 50 달러이상



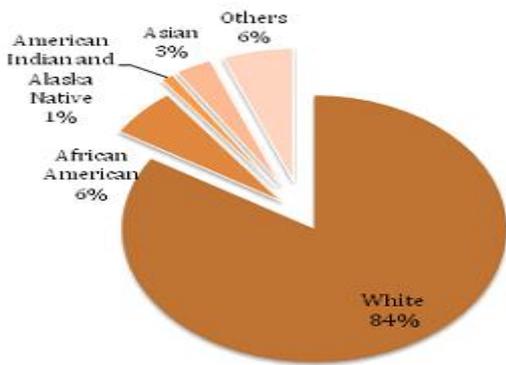
< 그림 3-4 > 아칸소(AR)지역 식당 한식 메뉴

이 식당의 경우 총 200여 가지의 다양한 메뉴를 판매하고 있었는데, 이 중 한식은(Korean Food) 38개 정도로 전체 메뉴의 18%정도 밖에 되지 않았다.

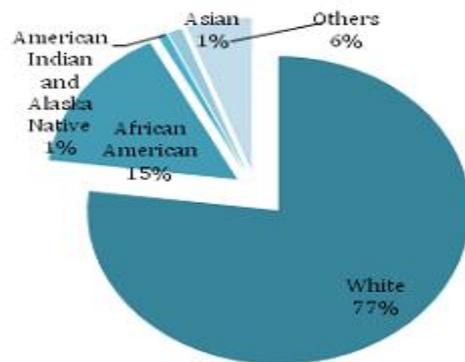
## 나. 펜실베이니아 주(Pennsylvania, PA)의 필라델피아

### (1) 펜실베이니아 주(Pennsylvania, PA)의 필라델피아 인구통계학적 특성

펜실베이니아 주, 필라델피아의 총 면적은 349.6km<sup>2</sup>이며, 2011년 미국 인구 조사국 조사 결과 인구 수는 153.6만 명이다. 필라델피아는 미국에서 5번째로 많은 거주자수를 보유한 도시로, 펜실베이니아 주에서 가장 큰 도시이다. 정보산업과 금융업이 발달해 있고 여러 대학교들이 위치한 도시로, 인구의 41%는 백인, 43%는 아프리카계 흑인, 그리고 6%는 아시아인으로 구성되어 있다.



< 그림 3-5 > 필라델피아 지역 인구 구성 비율



< 그림 3-6 > 펜실베이니아주 인구 구성 비율

< 표 3-4 > 필라델피아 및 펜실베이니아 주의 인구 현황(2010년)

	필라델피아	펜실베이니아 주
2010 년 총 거주인구	73,580명	2,915,918명
5세 미만 인구비율	6.00%	6.80%
18세 미만 인구비율	18.50%	24.40%
65세 이상 인구비율	7.80%	14.40%
여성 인구비율	49.70%	50.90%

출처: <http://www.census.gov/>

< 표 3-5 > 필라델피아 및 펜실베이니아 주의 인종 현황(2010년)

	필라델피아	펜실베이니아 주
백인계	41.0%	81.9%
아프리카계	43.4%	10.8%
아메리칸 인디안계 및 알래스카계	0.5%	0.2%
아시안계	6.3%	2.7%
기타	8.8%	4.4%

출처: <http://www.census.gov/>

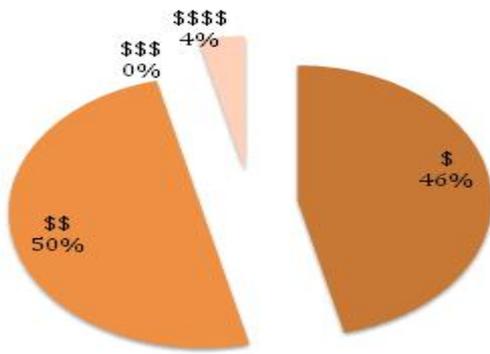


< 표 3-6 > 필라델피아 및 인근 지역의 한식당 현황

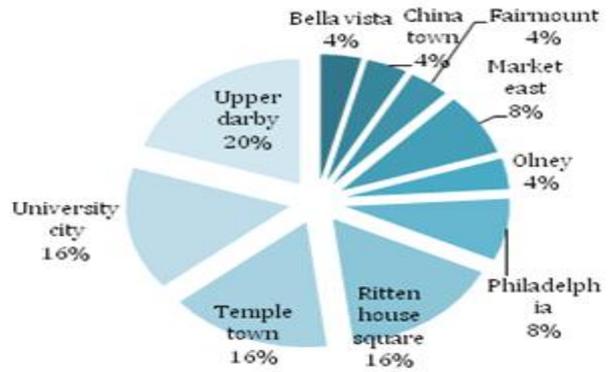
No.	한식당 명	위치	가격	주 판매 메뉴
1	Blue belly BBQ	bella vista	\$\$	BBQ
2	Sammy chon's k town BBQ	china town	\$\$	한식, 아시안 퓨전
3	Doma	fairmount	\$\$	한식, 일식
4	Chick a licious	market east	\$	한식, 치킨 전문
5	Rice & Mix	market east	\$\$	한식
6	Tae hwa kwan	olney	\$\$	한식
7	International smokeless BBQ	philadelphia	\$\$	BBQ
8	Peiwei Asian Diner	Philadelphia	\$\$	아시안 퓨전
9	Kami	Powelton village	\$	한식, Food stands
10	Giwa	Rittenhouse Sq.	\$	한식
11	Tampopo	Rittenhouse Sq.	\$	한식, 일식
12	Wajoe	Rittenhouse Sq.	\$\$	한식, 일식, Food Stands
13	Yunique noodle house	Rittenhouse square	\$	한식
14	Japanese and Korean food Teppanyaki	Temple town	\$\$	한식, 일식
15	Chacha	Temple town	\$	한식, Food stands
16	Koja grille	Temple town	\$\$	한식, 일식
17	Sammy chon's k town express	Temple town	\$	한식, Food stands
18	Hanwool	university city	\$\$	한식, 일식
19	Koja	university city	\$	한식, Food Stands
20	Koreana	university city	\$	한식
21	Tampopo	university city	\$	한식, 일식
22	Jian Korean cuisine	Upper derby	\$	한식
23	Mandu roo	Upper derby	\$	한식, 중식
24	Moo jin jang	Upper derby	\$\$	한식
25	Philly's buffet	Upper derby	\$\$	한식, 부페
26	Pocha pocha Korean	Upper derby	\$\$\$\$	한식

출처: www.yelp.com

가격 기준: 객단가 \$ 10달러 이하, \$\$ 10-25달러, \$\$\$ 25-45달러, \$\$\$\$ 50 달러이상



< 그림 3-9 > 필라델피아 및 인근 지역 한식당 가격



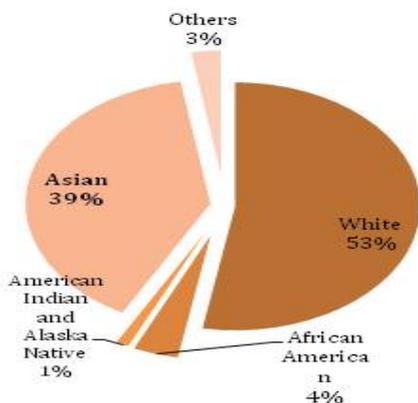
< 그림 3-10 > 필라델피아 및 인근 지역 한식당 위치

이와 같이 필라델피아 지역의 경우 26개의 한식당이 있는 것으로 나타났으며, 이 지역의 한식당은 지역의 특성 상 이민 역사로 인하여 다양한 문화가 혼합 발전 하였고, 많은 요리 교육 기관, 가정 음식 및 로컬 음식이 밀집되어 있으면서 현지인의 수요에 의하여 한식이 확산 되었다. 이에 따라 한식당의 현지화를 위하여 레스토랑 외관 및 메뉴의 차별화를 둔 매장이 많이 있는 것으로 조사 되었다.

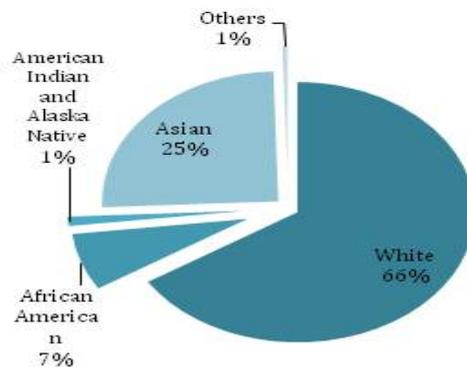
#### 다. 캘리포니아 주(California, CA)의 산호세

##### (1) 캘리포니아 주(California, CA)의 산호세 인구통계학적 특성

캘리포니아 주, 산호세의 총 면적은 466.1km<sup>2</sup>이며, 2011년 미국 인구 조사국 조사 결과 인구 수는 96.75만 명이다. 산호세는 캘리포니아 주에서 세 번째, 미국 내에서는 10번째로 큰 도시이다. 실리콘 벨리(Silicon Valley)내의 가장 큰 도시로, 인구의 42%는 백인, 32%는 아시아인으로 구성되어 있다.



< 그림 3-11 > 산호세 지역 인구구성 비율



< 그림 3-12 > 캘리포니아 주 인구구성 비율

< 표 3-7 > 산호세 및 캘리포니아 주의 인구 현황(2010년)

	산호세	캘리포니아 주
2010 년 총 거주인구	945,94명	37,253,956명
5세 미만 인구비율	7.30%	6.80%
18세 미만 인구비율	24.80%	25.00%
65세 이상 인구비율	10.10%	11.40%
여성 인구비율	49.70%	50.30%

출처: <http://www.census.gov/>

< 표 3-8 > 산호세 및 캘리포니아 주의 인종 현황(2010년)

	산호세	캘리포니아 주
백인계	42.80%	57.60%
아프리카계	3.20%	6.20%
아메리칸 인디안계 및 알래스카계	0.90%	1.00%
아시안계	32.00%	22.02%
기타	2.10%	0.40%

출처: <http://www.census.gov/>

(2) 캘리포니아 주(California, CA)의 산호세 한식당 점포수 분포

산호세에는 중심 반경 40km내 한식당(한식을 전문적으로 하는 식당으로, 일식, 중식, 아시아 퓨전 스타일을 판매하는 곳도 포함)이 92개 분포해 있는데, 주로 San Jose, Santa Clara 지역에 분포해 있다.



출처: [www.yelp.com](http://www.yelp.com) and [map.google.com](http://map.google.com)

< 그림 3-13 > 산호세 및 인근 지역의 한식당 분포도

한식당이 다수 분포 되어있는 만큼 판매 메뉴 또한 BBQ, Food stands, Asian Fusion, 한식, 베이커리, 치킨전문점, 카페, 두부 전문 요리점 등, 다양한 메뉴군을 형성하고 있다. 평균 객단가에 있어서, 10달러 이하(\$)의 음식을 판매하는 곳은 24곳(26%), 평균 객단가 10-25달러(\$\$)의 음식을 판매 하는 68곳(74%)으로 나타났다.



< 그림 3-14 > 캘리포니아(CA)지역의 한식당 내부 모습과 한식메뉴

< 표 3-9 > 산호세 및 인근 지역의 한식당 현황

No.	한식당 명	위치	가격	주 판매 메뉴
1	Kong tofu & BBQ Korean cuisine	Cupertino	\$\$	한식, BBQ
2	Korea tofu house	cupertino	\$\$	한식
3	Bobsang Korean BBQ & Tofu	Fremont	\$\$	한식, BBQ
4	Bamboo kroean BBQ house	Milpitas	\$\$	한식, BBQ
5	Jang sujang	Milpitas	\$\$	한식
6	Kangnam tofu house	Milpitas	\$\$	한식, BBQ
7	Mogo BBQ	Milpitas	\$	한식, Food stand
8	Sizzling stone	Milpitas	\$	한식, 아시안 퓨전
9	So gong dong tofu	Milpitas	\$\$	한식
10	Ginseng Korean BBQ ,Tofu	Mountain view	\$\$	한식, BBQ
11	K-pop Korean	Mountain view	\$\$	한식, Bars
12	Sunny bowl	Mountain view	\$	한식
13	totoro	Mountain view	\$	한식
14	Porky's SJ	San Jose	\$	Food stand
15	3.3.3	Sanjose	\$	한식, Food stand
16	Big tree BBQ	Sanjose	\$	BBQ
17	CJ bbq	Sanjose	\$\$	한식
18	Enjoy seoul	Sanjose	\$\$	한식
19	K zzang	Sanjose	\$	한식
20	Kampai Sushi & grill	Sanjose	\$\$	한식, 일식
21	Korean Fusion BBQ	Sanjose	\$\$	한식, BBQ
22	Korean Palace	Sanjose	\$\$	한식, BBQ
23	Mogo BBQ	Sanjose	\$	한식
24	Moms BBQ & tofu	Sanjose	\$\$	한식, BBQ
25	SGD tofu House	Sanjose	\$\$	한식
26	SJ omogari korean restaurant	Sanjose	\$\$	한식
27	So gongdong tofu	Sanjose	\$\$	한식
28	Sorabol	Sanjose	\$\$	한식
29	Sweet potato stall	Sanjose	\$	한식, Food stands
30	Yummy tofu and BBQ	Sanjose	\$\$	한식, BBQ
31	lrestaurnat	Santa clara	\$\$	한식
32	99 Chicken	Santa clara	\$\$	한식
33	B N chicken	Santa clara	\$\$	한식
34	BBQ kalbi	Santa clara	\$\$	한식, BBQ
35	BBQ town	Santa clara	\$	한식, BBQ
36	Beque korean grill	Santa clara	\$\$	한식
37	Bibi joy	Santa clara	\$\$	한식

출처: www.yelp.com

가격 기준: 객단가 \$ 10달러 이하, \$\$ 10-25달러, \$\$\$ 25-45달러, \$\$\$\$ 50 달러이상

< 표 3-9 > 산호세 및 인근 지역의 한식당 현황

No.	한식당 명	위치	가격	주 판매 메뉴
38	Blue stone	Santa clara	\$\$	한식
39	BN chicken	Santa clara	\$\$	한식
40	Cheon Joo Youngyang dolsot	Santa clara	\$\$	한식
41	choi's korean restaurant	Santa clara	\$\$	한식
42	Crab house	Santa clara	\$\$	한식, 해산물
43	Dishes	Santa clara	\$\$	한식
44	Gaboja	Santa clara	\$\$	한식
45	Galleria Market	Santa clara	\$	한식, 베이커리
46	Goo yi Goo yi	Santa clara	\$\$	한식
47	Gooyi Gooyi	Santa clara	\$\$	한식
48	Hansung BBQ	Santa clara	\$\$	한식, BBQ
49	Hue restaurant and lounge	Santa clara	\$\$	한식
50	Hwa Gae jang tu restaurant	Santa clara	\$\$	한식, 치킨 전문
51	Hwa gae jantu restaurant	Santa clara	\$\$	한식, 치킨 전문
52	Jang Mojip	Santa clara	\$\$	한식, 치킨 전문
53	Jang su Jang	Santa clara	\$\$	한식 BBQ
54	Jimmi Dumpling	santa clara	\$	한식
55	JuJu bee	Santa clara	\$\$	한식, 카페
56	Kami fusino restaurant	Santa clara	\$\$	한식
57	Kenny's café	Santa clara	\$	한식, 카페, 버거
58	Kkokkotaang	Santa clara	\$\$	한식
59	Kohyang sanchun	Santa clara	\$\$	한식, BBQ
60	한식 Garden	Santa clara	\$\$	한식
61	한식 House	Santa clara	\$\$	한식, 부페
62	한식 secret garden	Santa clara	\$\$	한식
63	Kunjip restaurant	Santa clara	\$\$	한식
64	Mogo BBQ	Santa clara	\$	한식, Food stand
65	Musa	Santa clara	\$\$	한식
66	Myung dong tofu cabin restaurant	Santa clara	\$\$	한식
67	Nak kung	Santa clara	\$	한식, 중식
68	Nolbunei	Santa clara	\$\$	한식
69	obokjip	Santa clara	\$\$	한식
70	osheyo	Santa clara	\$\$	한식
71	sandra K's cooking	Santa clara	\$\$	한식
72	Seoul gom Tang	Santa clara	\$\$	한식
73	seoul jung	Santa clara	\$	한식
74	seoul rice cake bakery	Santa clara	\$	한식

출처: www.yelp.com

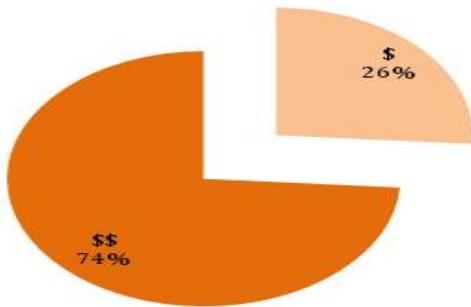
가격 기준: 객단가 \$ 10달러 이하, \$\$ 10-25달러, \$\$\$ 25-45달러, \$\$\$\$ 50 달러이상

< 표 3-9 > 산호세 및 인근 지역의 한식당 현황

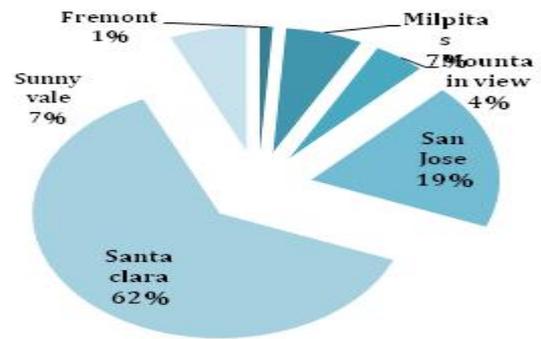
No.	한식당 명	위치	가격	주 판매 메뉴
75	SGD tofu house	Santa clara	\$\$	한식
76	Shin chon House restaurant	Santa clara	\$	한식
77	shu's kroean restaurant	Santa clara	\$	한식
78	Side dish corner	Santa clara	\$	한식
79	Sigoljip kroean BBQ	Santa clara	\$\$	한식, BBQ
80	Spring Korean barbecue	Santa clara	\$\$	한식
81	Sui tofu	Santa clara	\$	한식
82	Tobang	Santa clara	\$\$	한식
83	Tofu house	Santa clara	\$\$	한식
84	Tong soon garden restaurant	Santa clara	\$\$	한식, 중식
85	Vip oriental	Santa clara	\$\$	한식, Lounges
86	Zzang	Santa clara	\$	한식
87	Ilbunjee pojangmacha	Santa clara	\$\$	한식, BBQ
88	Bibim bowl	Sunnyvale	\$	퓨전 한식
89	Bon Chon Chicken	Sunnyvale	\$\$	한식,
90	Jang tu restaurant	Sunnyvale	\$\$	한식
91	Olleh sushi and tofu	Sunnyvale	\$\$	한식, 일식
92	Palace BBQ guffet	Sunnyvale	\$\$	한식, BBQ, 부페

출처: www.yelp.com

가격 기준: 객단가 \$ 10달러 이하, \$\$ 10-25달러, \$\$\$ 25-45달러, \$\$\$\$ 50 달러이상



< 그림 3-15 > 산호세지역 한식당 가격



< 그림 3-16 > 산호세지역 한식당 위치가

산호세 지역은 인구 구성상 다수의 한인들이 밀집하여 살고 있는 지역으로 이주민의 수요에 의하여 한식당이 확산 되었으며, 이주민의 영향을 받은 한식당이 많이 분포되어 있어 현지화된 메뉴와, 시설 설비 및 서비스를 제공하지 못하고 있는 것으로 조사 되었다.

이와 같이, 본 연구의 설문조사 지역으로 선정된 도시는 미국의 서부, 중부, 동부 지역을 대

표하는 도시들이며, 한식당 점포수를 기준으로, 상(산호세, 92개), 중(필라델피아, 26개), 하(파엣트빌, 1개)로 구분할 수 있었다. 이는 한식의 확산단계 평가 지표개발을 위한 본 연구의 목적과 부합한다고 볼 수 있으나, 한식당의 기준이 모호 하여 향후 명확한 기준에 의한 조사가 필요하다 사료된다.

## 2. 설문 조사 대상 선정 및 방법

설문조사 지역으로 선정된 세 도시들은 면적, 인구수, 인종비율 등이 각기 다르며 도시의 면적이 큰 관계로, 조사 대상자의 지역별 대표성을 나타내기 위해서는 많은 수의 응답자가 요구된다.

따라서 본 연구에서는 각 도시에 위치해 있는 대학교 및 그 인근 부분에서 조사 대상자를 무작위로 선정하였다. 산호세에서는 San José State University와 Santa Clara University, 파엣트빌에서는 University of Arkansas, 그리고 필라델피아에서는 Drexel University와 University of Pennsylvania를 선정하였다. 파엣트빌에는 대학교가 하나밖에 없는 관계로 한 대학에서 전량 조사하였다.



출처: [www.sanjose.stateuniversity.com](http://www.sanjose.stateuniversity.com)

< 그림 3-17 > San José State University



출처: [www.scu.edu](http://www.scu.edu)

< 그림 3-18 > Santa Clara University



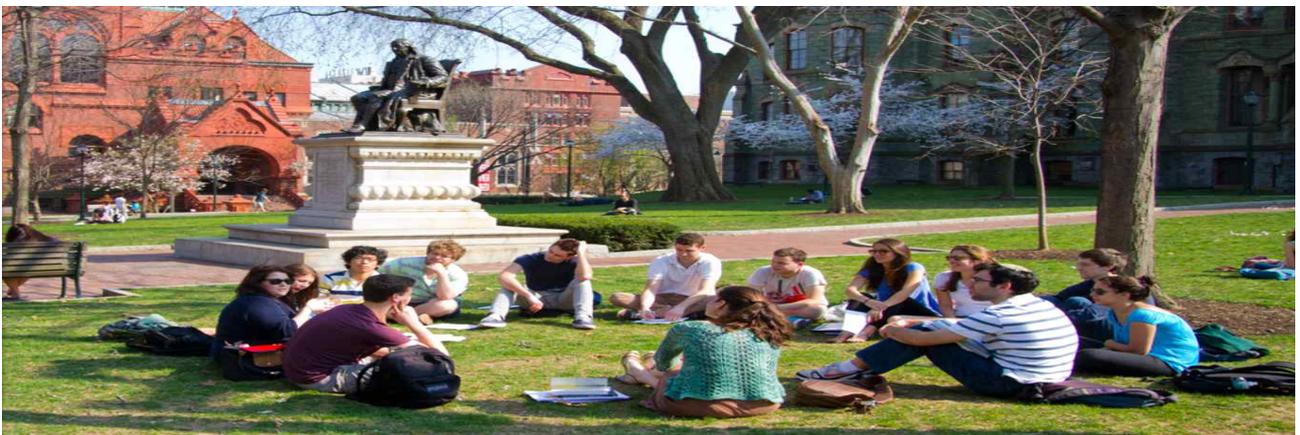
출처: [www.uark.edu](http://www.uark.edu)

< 그림 3-19 > University of Arkansas(Fayetteville, AR)



출처: [www.drexel.edu](http://www.drexel.edu)

< 그림 3-20 > Drexel University



출처: [www.upenn.edu](http://www.upenn.edu)

< 그림 3-21 > University of Pennsylvania

### 3. 한식 확산 단계 평가 도구 개발

설문 도구는 한식 확산을 위한 수용 단계, 개혁 결정의 단계, 한식 결정 단계에 따른 중요도, 한식의 인지된 특성, 한식 수용 심리 변화, 초기 개혁 방법, 의견지도자, 커뮤니케이션채널, 인구 통계학적 특성을 측정하기 위해 총 9부분으로 구성하였다.

지표 개발을 위하여 사용된 설문지의 내용은 수용자 범주 분류(1항목), 한식 확산의 적응 단계(18항목), 한식 확산 적응 단계에 따른 중요도(1항목), 본인의 한식 확산 지수(1항목), 한식의 인지된 특성(26항목), 심리 변화에 따른 행동 변화(1항목), 초기 개혁 방법(1항목), 커뮤니케이션 채널(2항목), 인구통계학적 특성(7항목)으로 구성하였으며 설문지 구성은 다음과 같다.

< 표 3-10 > 설문지 구성안

분석차원	분석요인	측정문항 수	척도	참고문헌
수용자 범주 분류	인지	1	명목척도	한경수(2010)
	흥미	3		Rogers(2003), 한경수(2010),
	결정	5		Haverlock(1973), Hall,
	실행	2	Likert 7점	Wallace&Dossett(1973),
	유지	3	척도	Hamelink(1984) Prochaska,
한식 확산의 적응 단계	재발견	3		Diclemete & Norcross(1992),
		2		Fung(1992), Knuetel(1995)
한식 확산 수용의 중요도		1	고정총합척도	
한식 확산 지수		1	자기기입식	
한식의 인지된 특성		26	Likert 7점 척도	윤나라(2012), 한경수 외(2010), 이강호(2010), 신봉규(2010), 정영미(2010), 이승현(2004), Sharon(2005), Sameer(1999) Gary C. Moore(1991),
한식 적응 변화 단계		1	명목척도	Christopher(2007), Sharon(2005), Gale M. Morrison(2005), Yueh-hsia Tseng(2000), Bryan(1997)
초기 개혁 방법		1	명목척도	한경수(2010)
커뮤니케이션 채널		2	명목척도	Rogers(2003)
인구통계학적 특성		7	명목척도	한경수(2010)

#### 가. 수용자 범주 분류를 위한 설문지 구성

한경수(2010)는 Rogers의 ‘Diffusion of innovation’ 이론을 바탕으로 새로운 음식을 받아들이는 혁신성향을 기준으로 수용자 범주별 특성에 맞는 측정 도구를 도출하였으며, 모험심이 강한 혁신자(innovator)를 측정하기 위해 “나는 늘 새로운 음식이 나오면 어느 누구보다 먼저 먹어

본다”라는 문항을 사용 했으며 초기채택자(Early adopter)는 “나는 새로운 음식을 주위의 몇 명이 먹어보면 시도하며, 주변사람이 늘 나에게 음식에 대한 자문을 구한다.”, 초기대다수(Early majority)는 “나는 새로운 음식에 대해 열광적이지는 않지만, 주위사람이 추천한다면 먹는다.”, 후기대다수(late majority)는 “나는 새로운 음식을 선택할 때, 믿을만한 정보가 있지 않는 이상 먹지 않는다.”, 비혁신자(laggard)는 “나는 새로운 음식보단 늘 먹던 음식을 먹는다.”라는 문항을 이용하여 수용자 범주에 따른 한식 확산을 측정하였다.

본 연구에서는 한식 확산의 수용자 범주 분류를 위하여 한경수(2010)의 연구를 바탕으로 수용자 범주별 특성에 맞는 측정 도구를 발췌해 사용하였으며 명목척도를 이용하여 수용자 범주를 분류하였다.

새로운 아이디어 혹은 상품을 사용해 보고자 하는 욕구가 강한 혁신자(Innovators)는 ‘I can’t wait to try new food’로 나타냈다. 신제품을 채택하기 전에 신제품에 대한 정보와 충고를 공유하거나 의견지도자(Opinion leader)로 간주되는 초기채택자(Early Adopters)는 ‘I would rather wait until I feel certain about the new food. I usually make food choices, and my opinions are well respected’라는 문장으로, 신제품을 수용하기 전까지 오랜 시간을 갖고 심사숙고하는 초기대다수(Early majority)는 ‘I am not crazy about new food but do not mind going with someone to try it’라는 문장으로 질문하였다.

< 표 3-11 > 수용자 범주 분류를 위한 설문지 구성안

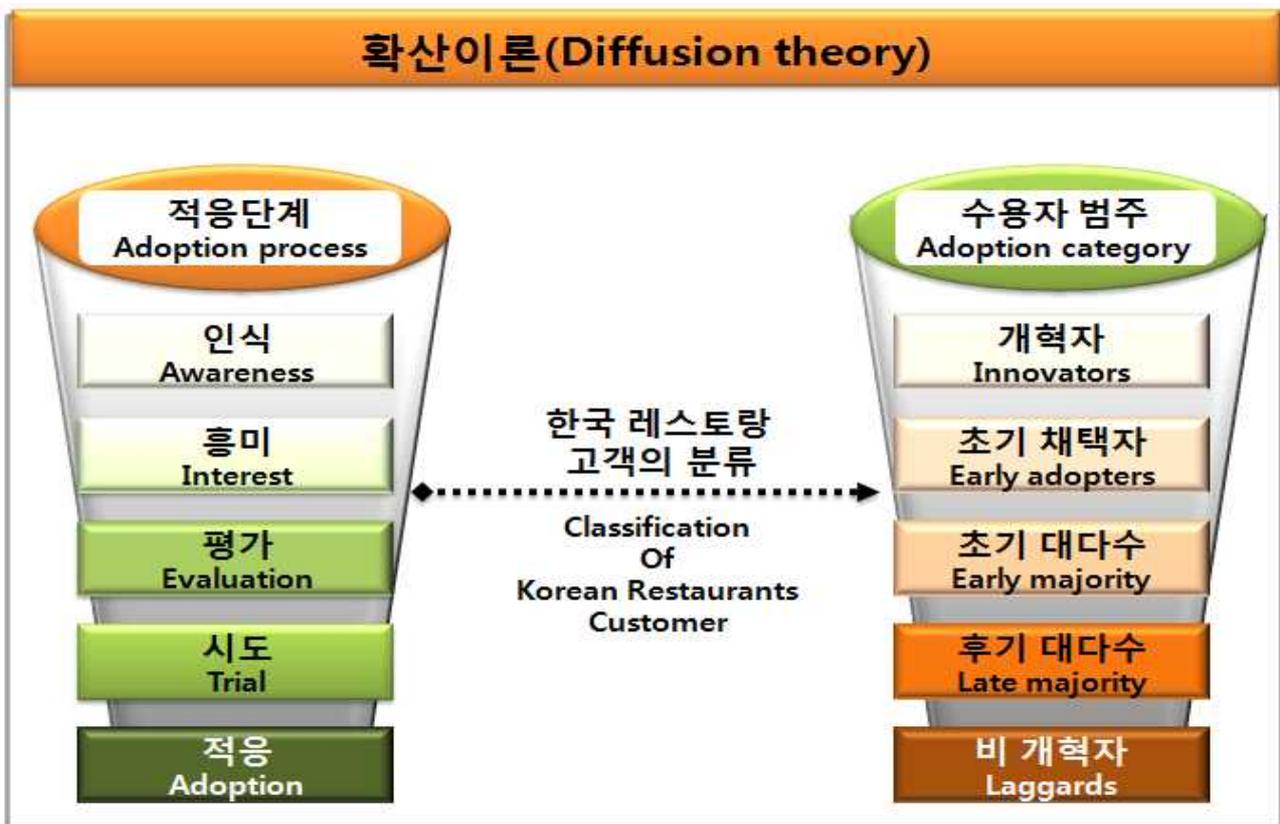
문항내용		문항수	척도
혁신자	I can’t wait to try new food.		
초기채택자	I would rather wait until I feel certain about the new food. I usually make good choices, and my opinions are well respected.		
초기대다수	I am not crazy about new food but do not mind going with someone to try it.	1	명목
후기대다수	I am cautious and rather skeptical, I only follow someone who likes it.		
비혁신자	I am suspicious of new food. It usually takes a long time for me to try it.		

다수가 채택한 후에 나중에 채택하는 경향이 있는 후기대다수(Late Majority)는 ‘I am cautious and rather skeptical, I only follow someone who likes it’라고 나타냈고 신제품을 채택하기까지 오랜 시간이 소요되는 비혁신자(Laggards)는 ‘I am suspicious of new food. It usually takes a long time for me to try it’ 라는 문장으로 질문하였으며, 척도는 명목척도를

사용하여 수용자 범주를 분류하기로 하였다.

### 나. 한식 확산의 적응 단계별 설문지 구성

Rogers의 혁신 단계 모형은 20년 전 시장에 새로 도입된 제품은 처음 인지했을 때부터 구매에 이르기까지 인식(awareness), 흥미(interest), 평가(evaluation), 시도(trial), 적응(adoption)의 5단계를 거치는 적응단계(adoption process)를 거치게 된다고 하였다.



< 그림 3-22 > 확산이론을 적용한 한국음식의 적응 단계

이에 따라 본 연구에서는 응답자들의 수용자 범주(adoption category)를 측정하기 위하여 혁신자(Innovators), 초기채택자(Early Adopters), 초기대다수(Early majority), 후기대다수(Late Majority), 비혁신자(Laggards)로 구분하였다.(한경수,2010)

확산은 하나의 개혁신이 시간을 두고 사회체계의 구성원들 사이에서 특정 채널을 통해 커뮤니케이션 되는 과정을 말하며, 개혁신 결정 과정(innovation-decision process)은 개혁신을 최초로 인지하고 그에 대한 태도를 형성하며 궁극적으로 개혁신을 채택 혹은 거부할 것이라고 결정하고 이행하는 것 그리고 자신의 결정에 대해 확신하게 되는 전체적인 과정을 의미 한다. 즉, 개혁신

결정 행위는 다양한 시간을 가지고 발생하며 다양한 행동이 포괄되어 있는 과정이다.

Rogers는 개혁 결정 과정의 각 단계의 행동적 양상을 다음과 같이 설명 하였다.

< 표 3-12 > 개혁 결정 과정 단계의 행동적 양상

<b>지식(knowledge)</b>	수용자는 개혁에 노출되고 그 기능을 이해함에 따라 개혁에 대한 지식을 갖게 된다
<b>설득(persuasion)</b>	수용자는 개혁과 관련된 메시지에 따라 개혁에 대해 호의적이거나 비판적인 태도를 형성하게 된다.
<b>결정(decision)</b>	수용자는 개혁을 채택하거나 거부하는 행위를 할 수 있다.
<b>실행(implementation)</b>	수용자는 개혁을 채택함에 따라 이를 실생활에서 사용하게 된다.
<b>확인(confirmation)</b>	수용자는 개혁 결정을 한 이후 이에 대한 간호를 받게 됨에 따라 자신의 결정을 스스로 확인할 수 있다. 그러나 개혁에 대립되는 메시지에 노출되는 경우 이전의 개혁 결정을 반복할 수 있다.

\* Rogers(2005), 개혁의 확산, 커뮤니케이션 북스, p.177.

사회 심리학자 윌리엄 맥과이어(Mcguire, 1989)는 사람들은 개혁 결정 단계에 있어 일련의 누적적인 과정상에서 지식의 변화로 시작하여 구체적인 행위변화로 나아가는 커뮤니케이션 효과의 위계적 구조를 가진다고 하였으며, 커뮤니케이션 연구에서 널리 쓰이는 효과의 위계를 범주화 하였다.

프로차스카(Prochaska, 1992)는 수용자는 개혁을 채택하는데 소요되는 비용과 개혁 채택으로 인하여 발생하는 이득과 손실을 따지는 과정에서 행동의 변화가 일어난다고 하였으며, 디클라망(DiClemente), 노르크로스(Norcross)와 함께 다섯 가지 변화의 단계를 정의하였다.

< 표 3-13 > 다섯 가지 변화의 단계(Stages Of Change: S-O-C)

<b>고려(pre-contemplation)</b>	문제의 존재를 인식하고 이를 극복해야겠다고 생각하기 시작함
<b>심사숙고(contemplation)</b>	문제의 존재를 알고 이를 어떻게 극복할지 심각하게 고려 하지만 아직 행동으로 취하지 않음
<b>준비(preparation)</b>	가까운 미래에 특정한 행동을 취하고자 하지만 아직 실제로 행동을 취하지 않음
<b>실행(action)</b>	문제를 극복하기 위해 행위를 변화함
<b>유지(maintenance)</b>	타인들과 합심하여 변화한 행위를 강화하고 지속함

\* Rogers(2005), 개혁의 확산, 커뮤니케이션 북스, p.211.

프로차스카, 디클라망, 노르크로스(Prochaska, DiClemente, Norcross, 1992)는 다섯 가지 변화의 단계(Stages Of Change: S-O-C) 모델에 따라 각 단계를 밟아가면서 개혁에 관해 긍정적인 면이 늘어나감과 동시에 부정적인 면은 줄어 간다고 하였다.

효과 위계와 변화 단계는 개혁 결정 과정에 상응한다.

< 표 3-14 > 개혁 결정 과정 단계

개혁 결정 과정의 단계	효과의 위계	프로차스카의 변화의 단계
<b>I. 지식단계</b>		<b>I. 고려</b>
1. 정보회상		
2. 메시지의 이해		
3. 개혁의 효과적인 채택을 위한 지식 및 기술		
<b>II. 설득단계</b>		<b>II. 심사숙고</b>
4. 개혁에 대한 호감		
5. 타인과의 새 태도에 대한 논의		
6. 개혁에 대한 메시지 채택		
7. 메시지와 개혁에 대한 긍정적인 이미지 형성		
8. 시스템의 개혁적 행동 뒷받침		
<b>III. 결정단계</b>		<b>III. 준비</b>
9. 개혁의 추가적 정보를 추구하려는 의도		
10. 개혁을 시도(시험)하려는 의도		
<b>IV. 실행단계</b>		<b>IV. 실행</b>
11. 개혁에 대한 부가적 정보 습득		
12. 규칙적인 원리를 토대로 개혁 사용		
13. 개혁의 지속작인 사용		
<b>V. 확인단계</b>		<b>V. 유지</b>
14. 개혁 사용의 이익에 대한 인식		
15. 개인의 일상에 개혁 통합		
16. 타인에게 개혁 촉진		

\* Rogers(2005), 개혁의 확산, 커뮤니케이션 북스, p.210.

이와 같이 개혁의 결정 단계에 있어 개혁 결정 과정의 단계와 프로차스카의 변화의 단계는 서로 상응하며 여러 가지 확산 연구에서는 개혁의 적응단계(Adoption process)를 측정하기 위하여 위 방법을 혼용하여 사용하였다.

선행 연구에서 사용된 개혁의 특성에 따른 다양한 용어를 한식 확산을 위한 수용자의 개혁 결정 과정 단계에 맞추어 개혁의 결정 단계를 다음과 같이 정리하였다.

< 표 3-15 > 선행연구에 나타난 개혁 결정 과정 단계

	Stage1	Stage2	Stage3	Stage4	Stage5	Stage6	Stage7
연구계획	Awareness	Interest	Evaluation	Trial	Adoption		
	인식	흥미	평가	시도	적응		
Rogers & Schumacher	Knowledge	Persuasion	Decision	Implentation	Confirmation	Re-invention	
(1962, 1973, 1983, 1995)	지식	설득	결정	실행	확인	재발명	
Haverlock	Awareness	Information Seeking	Evaluation	Trial	Adoption	Integration	
1973	인식	정보찾기	평가	시도	적응	융화	
Hall, Wallace&Dosssett	Awareness	Information Gathering	Personal	Managemen t	Consequenc e	Collaboratio n	Re-focusing
1973	인식	정보모으기	개인적, 사적의	경영, 관리	결과	협력, 협동	재 집중
Hamelink	Awareness	Acceptance	Participation	Ownership			
1984	인식	수용	참여, 참가	소유			
Prochaska, Diclemete & Norcross	Precontempl ation	Contemplati on	Preparation	Action	Maintenance		
1992	고려	심사숙고	준비	실행	유지		
Fung	Awareness	Attitude Formation	Adoption(Idea, Trial, Practice)	Adaption	Action	Application	
1992	인식	태도형성	적응(생각, 시도, 연습)	적응	실행	적용(사용)	
Knuetel	Awareness	Conceptualiz ation	Decision	Implentation			
1995	인식	개념화	결정	실행			

위 내용을 바탕으로 한식 확산의 적응단계는 Rogers(2003)의 적응단계(Adoption process)모형과 한경수(2010)연구를 토대로 한식 확산의 적응 단계 모형을 인지, 흥미, 결정, 실행, 유지로 구성하였으며 Haverlock(1973)연구의 재발견(Integration)까지 포함하였다. 문항 수는 총 18문항으로 인지단계는 3문항, 흥미단계는 5문항, 결정단계는 2문항, 실행단계는 3문항, 유지단계는 3문항, 재발견단계는 2문항으로 구성하였다.

인지단계에서 행해지는 정보회상, 메시지이해, 개혁의 효과채택을 위한 지식 및 기술에 따라 'I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap etc', 'I have eaten Korean food', 'I have learned how to cook Korean food'라는 3문항으로 구성하였고, 흥미단계는 'I am interested in Korean food', 타인과의 새 태도에 대한 논의는 'I have talked to people about Korean food', 개혁에 대한 메시지 채택은 'I have looked up information about Korean food' 메시지와 개혁에 대한 긍정적인 이미지 형성은 'I think Korean food is better than other types of ethnic food' 시스템의 개혁적 행동 뒷받침은 'There are places around me where I can experience Korean food'라는 5문장으로 표현하였다.

결정단계에서의 개혁의 추가적 정보를 추구하려는 의도와 개혁을 실행(시도)하려는 의도는 각각 'I am in the process of acquiring information about Korean food.', 'I have looked up restaurants that serve Korean food'라는 2문장으로 표현하였으며, 실행단계는 개혁에 대한 부가적 정보 습득은 'I am studying Korean food' 규칙적인 원리를 토대로 개혁 사용은 'I can cook Korean food' 개혁의 지속적인 사용 'I enjoy eating Korean food'라는 3개의 문항으로 측정하였다.

유지단계의 개혁 사용의 이익에 대한 인식은 'I think Korean food has been beneficial for my health' 개인의 일상에 개혁 통합은 'There is a Korean dish that I enjoy eating' 타인에게 개혁촉진은 'I will recommend Korean food to my acquaintances'라는 3문장으로 나타냈으며, 재발견단계는 개혁의 지속성('I always try new Korean dishes')과 개혁에 대한 새로운 아이디어('I cook Korean food that best fits my taste')로 총 2문장을 구성하였다.

구성 내용은 총 18문항으로 구성하였으며, 리커트 7점 척도를 사용하여 1점 '매우 동의하지 않는다.', 2점 '다소 동의하지 않는다.', 3점 '조금 동의하지 않는다.', 4점 '그저 그렇다.', 5점 '조금 동의한다.', 6점 '다소 동의한다.', 7점은 '매우동의 한다.'로 구분 하였다.

< 표 3-16 > 한식 확산 적응 단계 설문지 구성안

	문항내용	문항수	척도
인지단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정보회상 : I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap, etc.</li> <li>- 메시지의 이해 : I have eaten Korean food.</li> <li>- 개혁의 효과적인 채택을 위한 지식 및 기술 : I have learned how to cook Korean food.</li> </ul>	3	
흥미단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 개혁에 대한 호감 : I am interested in Korean food.</li> <li>- 타인과의 새 태도에 대한 논의 : I have talked to people about Korean food.</li> <li>- 개혁에 대한 메시지 채택 : I have looked up information about Korean food.</li> <li>- 메시지와 개혁에 대한 긍정적인 이미지 형성 : I think Korean food is better than other types of ethnic food.</li> <li>- 시스템의 개혁적 행동 뒷받침 : There are places around me where I can experience Korean food</li> </ul>	5	
결정단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 개혁의 추가적 정보를 추구하려는 의도 : I am in the process of acquiring information about Korean food</li> <li>- 개혁을 실행(시도)하려는 의도 : I have looked up restaurants that serve Korean food</li> </ul>	2	Likert 7점
시도단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 개혁에 대한 부가적 정보 습득 : I am studying Korean food.</li> <li>- 규칙적인 원리를 토대로 개혁 사용 : I can cook Korean food.</li> <li>- 개혁의 지속적인 사용 : I enjoy eating Korean food.</li> </ul>	3	
유지단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 개혁 사용의 이익에 대한 인식 : I think Korean food has been beneficial for my health.</li> <li>- 개인의 일상에 개혁 통합 : There is a Korean dish that I enjoy eating.</li> <li>- 타인에게 개혁추진 : I will recommend Korean food to my acquaintances.</li> </ul>	3	
재발견 단계	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 개혁의 지속성 : I always try new Korean dishes.</li> <li>- 개혁에 대한 새로운 아이디어 : I cook Korean food that best fits my taste.</li> </ul>	2	

#### 다. 한식 확산 수용의 중요도 및 확산 지수

본 연구는 한식 확산 수용의 중요도를 측정하기 위하여 Rogers의 'Diffusion of Innovation' 이론에 따라 인지(Awareness), 흥미(Interest), 결정(Evaluation), 실행(Trial), 유지(Adoption),

재발견(Integration) 순으로 문장을 구성하였다.

인지(Awareness)는 'I am aware of Korean food, but do not have enough information', 흥미(Interest)는 'I became interested in Korean food and want to know more about it'로 표현하였으며 결정(Evaluation)은 'I like to eat Korean food and order my own food', 실행(Trial)은 'I enjoy Korean food and want to have it more often'라는 문장으로 구성하였으며 유지(Adoption)은 'I eat Korean food on a regular basis and will continue to do so', 재발견(Integration)은 'I try new Korean dishes and can cook that best fits my taste'로 구성하였다.

각 항목에 따른 응답자의 중요도를 확인하기 위하여 단계별로 지수를 할당하여 총합 100점을 만드는 고정 총합 척도 법을 사용하였으며 지표의 타당도를 측정하기 위하여 자기기업식 척도를 사용한 'On a scale of one to a hundred, please rate the spread of Korean food.(1점 ~ 100점)'라는 질문을 통하여 응답자 본인의 한식 확산 지수를 스스로 작성하게 하였다.

이 두 질문을 통하여 얻은 결과는 결과 고찰시 가중치 지수와 원 값 지수를 비교할 때 사용되며, 그 결과는 개발된 지표의 타당성을 높여 줄 것이다.

< 표 3-17 > 한식 확산 수용의 중요도 설문지 구성안

문항내용		문항수	척도
Please express how important each aspect is to the spread of Korean food by assigning a numeric score to each category. More than one aspect may have the same score, and the total should come to 100 points.			
Awareness	I am aware of Korean food, but do not have enough information	1	고정 총합
Interest	I became interested in Korean food and want to know more about it		
Evaluation	I like to eat Korean food and order my own food		
Trial	I enjoy Korean food and want to have it more often		
Adoption	I eat Korean food on a regular basis and will continue to do so		
Integration	I try new Korean dishes and can cook that best fits my taste		

## 라. 한식의 인지된 특성

한식의 인지된 특성을 측정하기 위해 한식의 이미지 및 인지된 특성과 관련된 윤나라(2012), 한경수 외(2010), 이강호(2010), 권용주(2010), 정영미(2010), 이승현(2004)연구를 토대로 한식 확산의 인지된 특성을 도출하였으며 Flath(2005), Verma(1999), Moore & Benbasat(1991)의 연구에서 확산을 위한 인지된 특성에 관한 이론적 고찰을 통하여 문항을 완성하였다.

< 표 3-18 > 한식의 인지된 특성 설문지 구성안

문항내용		문항수	척도
The following is a list of characteristics that people associate with Korean food. For each statement, please mark the box that best reflects your opinion. (1=Strongly Disagree, 7=Strongly Agree)			
Tasty food	Generous portions	26	Likert 7점
Quality food	Healthy food(fermented, garlic, low fat, etc.)		
Overall value	Free side dishes with refill		
Table BBQ	Vegetarian friendly(tofu, mushroom, etc.)		
Hot and spicy	Home-made fresh cooking		
Kim-chi	Ethnic/cultural specialty		
Authentic/sophisticated food	Lack of awareness of Korean cuisine		
Low profile or brand image	Difficult to understand the menu		
Too exotic	Limited beverage menus		
Strong food odor	Poor service		
Different atmosphere	No celebrity chef		
Cultural distance	Not in a prime location not found in my area		
Not enough information	Korean restaurants are found in my area		

이론적 틀을 바탕으로 ‘Tasty food’, ‘Quality food’, ‘Overall value’, ‘Table BBQ’, ‘Hot and spicy’, ‘Kim-chi’, ‘Authentic/sophisticated food’, ‘Low profile or brand image’, ‘Too exotic’, ‘Strong food odor’, ‘Different atmosphere’, ‘Cultural distance’, ‘Poor service’, ‘Generous portions’, ‘Healthy food’, ‘Free side dishes with refill’, ‘Vegetarian friendly’, ‘Home-made, fresh cooking’, ‘Ethnic/cultural specialty’, ‘Lake of awareness of Korean cuisine’, ‘Difficult

to understand the menu', 'Limited beverage menus', 'No celebrity chef', 'Not enough information', 'Not in a prime location not found in my area', 'Korean restaurants are found in my area'를 한식의 인지된 특성으로 도출하였다.(윤나라;2012, 한경수 외;2010, 이강호;2010, 권용주;2010, 정영미;2010, 이승현;2004)

도출된 결과를 활용하여 응답자들에게 'The following is a list of characteristics that people associate with Korean food. For each statement, please mark the box that best reflects your opinion.'라는 질문을 하였으며 이 질문 역시 리커트 7점 척도를 사용하여 1점 '매우 동의하지 않는다.', 2점 '다소 동의하지 않는다.', 3점 '조금 동의하지 않는다.', 4점 '그저 그렇다.', 5점 '조금 동의한다.', 6점 '다소 동의한다.', 7점은 '매우동의 한다.'로 구분 하였다.

#### 마. 심리 변화에 따른 한식의 확산

한식 적응 변화 단계를 알아보기 위하여 Rogers의 개혁 결정 과정(Innovation-Decision Process)단계에 나타나 있는 프로차스카(Prochaska)의 다섯 가지 변화의 단계(Stages Of Change)모델을 기초로 Christopher(2007), Flath(2005), Gale M. Morrison(2005), Yueh-hsia Tseng(2000), Bryan(1997) 연구 내용을 분석하여 개인의 한식 적응 변화 과정을 고려(Pre-contemplation), 심사숙고(Contemplation), 준비(Preparation), 실행(Action), 유지(Maintenance)의 순으로 구성하였다.

< 표 3-19 > 한식 확산 심리 변화 단계 설문지 구성안

문항내용		문항수	척도
Please indicate the statement that most closely applies to your familiarity with Korean food.			
유지	I have eaten Korean food, for longer than 6 months.		
실행	I have eaten Korean food, for less than 6 months.		
준비	I have never tried Korean food, but I am planning to try it within the next month.	1	명목
심사숙고	I have never tried Korean food, but I am planning to start within the next 6 months.		
고려	I have never tried Korean food, and I don't plan to start in the next 6 months.		

한식 적응 변화 단계에 따른 설문지 구성은 1문항으로 명목척도를 사용하였으며 유지

(Maintenance)단계는 ‘I have eaten Korean food, for longer than 6 months’, 실행(Action)단계는 ‘I have eaten Korean food, for longer than 6 months’, 준비(Preparation)단계는 ‘I have never tried Korean food, but I am planning to try it within the next month’, 심사숙고(Contemplation)단계는 ‘I have never tried Korean food, but I am planning to start within the next 6 months’, 고려(Pre-contemplation)단계는 ‘I have never tried Korean food, and I don’t plan to start in the next 6 months’인 총 5문항으로 구성하였다.

**바. 한식의 초기 개혁 방법, 정보수집 및 일반적 특성과 설문지 구성**

본 연구는 초기 개혁 방법을 측정하기 위해 한경수(2010)의 연구를 토대로 초기 개혁 장소를 한식당과 타인의 집방문(초대), 상점에서 판매되는 한식 관련 상품 그리고 무경험으로 설문 문항을 구성하였다.

< 표 3-20 > 한식의 초기 개혁 방법 설문지 구성안

문항내용	문항수	척도
Where have you had Korean food previously? Check <u>ALL</u> that apply.		
I ate at a restaurant		
I was served in someone’s house.	1	명목
I purchased it in a store.		
I have not had Korean food.		

개혁 결정의 유형은 사회체계의 개별 구성원들에 의해 선택적으로 이루어지기도 하며, 혹은 집합적인 결정이나 권위에 의한 결정에 의해 이루어지기도 한다.(Rogers;2003) 선택적 개혁 결정(optional innovation-decisions)은 체계내의 다른 사람의 결정과는 관계없이 개인에 의해 개혁의 채택이나 거부가 선택되는 것으로써 본 연구에서는 이를 ‘I ate at a restaurant’으로 표현하였으며, 집합적 개혁 결정(Collective innovation-decisions)은 사회체계의 구성원 합의에 의하여 개혁의 채택이나 거부가 되는 것으로서 타인에 의한 초기 한식 접근으로 ‘I was served in someone’s house’으로 표현하였으며 소극적인 한식 선택과 집합적 개혁으로 상점에서의 초기 한식 접근을 ‘I purchased it in a store’라 표현하였다.

마지막으로 한식을 경험하지 못한 응답자의 경우를 위해 ‘I have not had Korean food’ 항목을 추가하였다. 척도는 명목척도를 사용하였으며 문항 수는 총 1문항으로 응답자 본인에게

맞는 항목에 체크하도록 하였다.

또한 본 연구는 확산에 필요한 커뮤니케이션 채널을 의견지도자와 물질 커뮤니케이션 채널로 나누어 측정하였다.

의견지도자의 경우 ‘한식을 먹기로 결정할 때 귀하에게 영향력을 주는 사람을 고르시오.(Which of the following would have the most influence on your decision to eat Korean foods?)’라는 질문과 함께 ‘Yourself’, ‘Colleagues’, ‘Spouse/partner/companion’, ‘Children’, ‘Professional affiliation’, ‘Business organization’, ‘Friends or relatives’, ‘Other’ 항목으로 구성하였다. 다중선택이 가능한 명목척도를 사용하였다.

< 표 3-21 > 한식의 정보 수집에 대한 설문지 구성안

	문항내용	문항수	척도
의견 지도자	Which of the following would have the most influence on your decision to eat Korean foods? Yourself, Colleagues, Spouse / partner / companion, Children, Professional affiliation, Business organization, Friends or relatives, Other	2	명목
커뮤니 케이션 채널	What kind of information sources do you use when you want to search for information about Korean food? Travel agency, Travel brochure / Guide book, Family / friends, Airline/Hotel, Past experience, Advertisement, TV / Movie / Book, Newspaper / magazine, Internet, SNS(twitter, face book, Smart phone Application), Tourism Administration Embassy / Travel fair		

커뮤니케이션 채널은 ‘한식에 관한 정보를 얻고자 할 때, 귀하께서 조사하는 정보원을 고르시오.(What kind of information sources do you use when you want to search for information about Korean food?)’라는 질문과 함께 ‘Travel agency’, ‘Travel brochure/Guide book’, ‘Family/friends’, ‘Airline/Hotel’, ‘Past experience’, ‘Advertisement’, ‘TV/Movie/Book’, ‘Newspaper/magazine’, ‘Internet’, ‘SNS(twitter, face book)’, ‘Smart phone Application’, ‘Tourism Administration Embassy/ Travel fair’ 항목으로 구성하였으며, 질문 문항은 총 1문항으로 응답자의 상황에 따라 복수응답이 가능하도록 설문지를 구성하였다

조사대상자의 일반적인 특성은 크게 인구통계학적 특성과 사회경제학적 특성으로 분류하였

고, 인구통계학적 특성으로는 성별, 나이, 직업, 결혼 상태로 사회경제학적 특성으로는 민족성, 최종학력, 월수입으로 설문문항을 구성하였다.

< 표 3-22 > 조사 대상자의 일반적 특성에 대한 설문지 구성안

	문항내용	문항수	척도
인구통계학적 특성	gender, age, current occupation, marital status	4	명목
사회경제학적 특성	ethnicity, highest level of education, Your total household income	3	

인구통계학적 특성인 성별은 남성(Male)과 여성(Female)으로 분류하여 명목척도로 구성하였으며 나이는 나라별로 조금씩 차이가 나타남으로 응답자 본인이 직접 기입하도록 하였다. 직업은 전문직(Management & professional speciality), 학생(Student), 기술직, 판매직, 행정직(Technical, sales, administrative), 서비스직(Service), 농수산업(Farming, forestry, fishing), 자영업(Self-employed), 생산직, 공예직, 수리직(Precision production, craft, repair), 군인(Armed forces), 기타(Other), 무직(Not working)으로 구성하였으며, 결혼 상태는 미혼(Single), 기혼(Married), 이혼/별거(Divorced/separated), 과부(Widowed)로 구성 측정하였다.

사회경제학적 특성인 민족성은 백인/코카서스인(White/Caucasion), 히스패닉(Hispanic), 아프리카인(African American), 인디언(Native American), 아시아인 아메리칸(Asian American), 기타(Others)로 분류하였으며, 이 중 아시아인 아메리칸(Asian American)은 하위항목으로 한국인(Korean), 일본인(Japanese), 중국인(Chinese), 인도인(Indian), 아시아인 아메리카 기타(Other)로 세분화 하여 응답자들의 민족성을 분류하였다.

#### 4. 한식 확산 단계 평가 도구 개발을 위한 설문 조사 과정

##### 가. 문헌 고찰에 따른 설문지 구성

문헌 고찰을 통한 설문지 구성은 다음과 같다.

##### (1) 수용자 범주별 특징

질문. When you try new food, which category do you fall into? (ONLY ONE, please)

- 
- I can't wait to try new food.
- 
- I would rather wait until I feel certain about the new food. I usually make good choices, and my opinions are well respected.
- 
- I am not crazy about new food but do not mind going with someone to try it.
- 
- I am cautious and rather skeptical, I only follow someone who likes it.
- 
- I am suspicious of new food. It usually takes a long time for me to try it.
- 

##### (2) 개혁 결정 단계

질문. For each statement, please mark the box that best reflects your opinion. (Even if you have not Korean food yet, please answer what you think of it.) (1=Strongly Disagree, 7=Strongly Agree)

	Strongly Disagree			Strongly agree			
	1	2	3	4	5	6	7
I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap, etc.	1	2	3	4	5	6	7
I have eaten Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I have learned how to cook Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I am interested in Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I have talked to people about Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I have looked up information about Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I think Korean food is better than other types of ethnic food.	1	2	3	4	5	6	7
There are places around me where I can experience Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I am in the process of acquiring information about Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I have looked up restaurants that serve Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I am studying Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I can cook Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I enjoy eating Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I think Korean food has been beneficial for my health.	1	2	3	4	5	6	7
There is a Korean dish that I enjoy eating.	1	2	3	4	5	6	7
I will recommend Korean food to my acquaintances.	1	2	3	4	5	6	7
I always try new Korean dishes.	1	2	3	4	5	6	7
I cook Korean food that best fits my taste.	1	2	3	4	5	6	7

(3) 고정 총합 척도를 사용한 개혁 결정 단계 중요도

질문. Please express how important each aspect is to the spread of Korean food by assigning a numeric score to each category. More than one aspect may have the same score, and the total should come to 100 points.

<b>Awareness</b> (I am aware of Korean food, but do not have enough information)	( )points
<b>Interest</b> (I became interested in Korean food and want to know more about it)	( )points
<b>Evaluation</b> (I like to eat Korean food and order my own food)	( )points
<b>Trial</b> (I enjoy Korean food and want to have it more often)	( )points
<b>Adoption</b> (I eat Korean food on a regular basis and will continue to do so)	( )points
<b>Integration</b> (I try new Korean dishes and can cook that best fits my taste)	( )points
<b>Total</b>	<b>100 points</b>

(4) 스스로 생각하는 본인의 한식 확산 점수

질문. On a scale of one to a hundred, please rate the spread of Korean food. (1~100)  
-> point(s)

(5) 한식의 인지된 특성

질문. The following is a list of characteristics that people associate with Korean food. For each statement, please mark the box that best reflects your opinion.

	Strongly Disagree → Strongly Agree						
	1	2	3	4	5	6	7
Tasty food							
Quality food							
Overall value							
Generous portions							
Table-Cooked BBQ							
Healthy food (fermented, garlic, low fat, etc.)							
Free side dishes with refill.							
Kim-chi							
Hot and spicy							
Vegetarian friendly (tofu, mushroom, etc.)							
Home-made, fresh cooking							
Ethnic/cultural specialty							
Authentic/sophisticated food							
Lack of awareness of Korean cuisine							
Low profile or brand image							
Too exotic							
Difficult to understand the menu							
Limited beverage menus							
Strong food odor							
Poor service							
Different atmosphere							
No celebrity chef							
Cultural distance							
Not enough information							
Not in a prime location or not found in my area							
Korean restaurants are found in my area							

(6) 프로차스카의 심리 변화의 단계

질문. Please indicate the statement that most closely applies to your familiarity with Korean food.

<input type="checkbox"/> I have eaten Korean food, for longer than 6 months.
<input type="checkbox"/> I have eaten Korean food, for less than 6 months.
<input type="checkbox"/> I have never tried Korean food, but I am planning to try it within the next month.
<input type="checkbox"/> I have never tried Korean food, but I am planning to start within the next 6 months.
<input type="checkbox"/> I have never tried Korean food, and I don't plan to start in the next 6 months.

(7) 한식 초기 수용 방법

질문. Where have you had Korean food previously? Check ALL that apply.

<input type="checkbox"/> I ate at a restaurant
<input type="checkbox"/> I was served in someone's house.
<input type="checkbox"/> I purchased it in a store.
<input type="checkbox"/> I have not had Korean food.

(8) 개혁 결정을 위한 의견지도자

질문. Which of the following would have the most influence on your decision to eat Korean foods? (Please check ONLY ONE)

<input type="checkbox"/> Yourself	<input type="checkbox"/> Colleagues	<input type="checkbox"/> Spouse/partner/companion
<input type="checkbox"/> Children	<input type="checkbox"/> Professional affiliation	<input type="checkbox"/> Business organization
<input type="checkbox"/> Friends or relatives	<input type="checkbox"/> Other ( )	

(9) 개혁 결정을 위한 커뮤니케이션 채널

질문. What kind of information sources do you use when you want to search for information about Korean food? Check ALL that apply.

<input type="checkbox"/> Word of mouth (from: )	<input type="checkbox"/> Restaurant guide (name: )	<input type="checkbox"/> TV (channel: )
<input type="checkbox"/> Internet (site: )	<input type="checkbox"/> Magazines (name: )	<input type="checkbox"/> Yellow Pages
<input type="checkbox"/> Local newspapers (name: )	<input type="checkbox"/> Radio (station: )	<input type="checkbox"/> Exterior display (menu, specials, etc.)
<input type="checkbox"/> I have not searched for Korean food		

## 나. 교차 번역 (Cross Translation)

한국에서 제작된 설문지는 미국에서 배포하기 때문에 문장의 타당성을 위하여 번역 전문가에게 번역을 의뢰하여 한글판 설문지를 번역 전문가를 통해 영문으로 바꾼 후 영문판 설문지를 한글로 재번역하는 작업을 실행하였으며 이 과정에서 모호한 문장이거나 이해하기 어려운 문장은 다시 수정·보완하였다.

### 다. 1차 예비 조사 (pre-test)

설문지 구성의 이해와 신뢰성을 확인하기 위하여 2013년 1월 20일에서 2013년 1월 24일까지 경기대학교 동계 영어캠프에 참여한 대학생 50명을 대상으로 설문조사 하였으며, 수정, 보완이 필요하다고 판단된 항목들을 중심으로 수정, 보완하여 설문지를 재구성하였다.

< 표 3-23 > 응답자의 이해를 돕기 위한 설문 내용

영문판 설문지 내용	한글판 설문지 내용
For each statement, please mark the box that best reflects your opinion. (Even if you have not eaten Korean food yet, please answer what you think of it.) (1=Strongly Disagree, 7=Strongly Agree)	한식을 먹어보지 않은 사람도 설문을 할 수 있게 만든 문장입니다. 한식을 먹어보지 않았더라도 당신이 생각하는 한식에 대하여 답해주세요!! 입니다.
3. Please allocate score how important each aspect is to your decision to accept Korea food.(It should be 100 points in total.)	한식이 확산되기 위하여 어떤 측면이 중요한지를 총합 100점이 되게 점수를 나누어 주세요. (동점도 관계없음)
4. Please your Korean food Diffusion score a few points? (within 100 points.) (            point)	당신의 확산점수는 몇 점입니까? (100점이 만점임)
5. The following is Korean food characteristic list. For each statement, please mark the box that best reflects your opinion	다음은 한국 음식의 특성 목록입니다. 각 문장에서 자신의 의견을 가장 잘 반영한 상자에 표시하시기 바랍니다.
Other Items (Please specify and rate)	다른 항목이 있다면 적고 자신의 의견을 가장 잘 반영한 상자에 표시하시기 바랍니다.

### 라. 2차 예비 조사 (pre-test)

문화적 차이에 따른 설문지 이해력의 차이를 파악하기 위하여 2013년 2월 1일부터 2월 10일까지 미국 중부의 Arkansas대학의 대학생 30명을 대상으로 2차 설문지 조사를 실시하여 설문지를 수정 보완하였다. 고정 총합 척도법에 대한 이해가 부족하여 어려움이 있었으나, 응답자의 의견이 중요하다고 판단하여 조사자에게 응답자의 교육을 의뢰하여 조사를 진행하도록 하였으며, 미국 조사자의 요청사항을 중심으로 다시 설문지를 수정 보완하였다.

< 표 3-24 > 2차 예비조사 후 요청사항

설문지 검토 후 요청사항	
1번	1) How many times? 이것을 기억할 수 있는 것이 쉽지가 않을 듯합니다. 저조차도 기억이 가물가물 합니다.
	2) No라고 답변했을 경우, 2번 문항을 비롯한 여러 문항에 답변하는 것이 힘들어 보입니다. 따라서, skip function 등의 다른 조치가 필요해 보입니다.
2번	문항의 의미가 명확하지 않습니다. 한국음식을 얼마나 오랫동안 먹어봤습니까? 라는 질문인가요? 이것도 open question이라 답변이 쉽지는 않아 보입니다.
3번	1) 1번과 2번에는 Korea에서 인지 아닌지가 중요해 보이는데 c와 d에서는 구분하지 않아도 괜찮나요? 2) 1번의 no와 3번의 e가 겹치네요.
4번	다른 성격의 질문을 배치한 것은 refreshment를 위한 의도인가요? refreshment를 하기에는 앞선 문항수가 너무 적습니다. 제가 볼 때는 1번 이전으로 전진배치하는 것이 좋을 듯 보입니다.
5번	이 문항도 앞으로 옮기는 것이 좋을 듯합니다.
6번	이 문항의 앞선 1번과 2번을 어느 정도 대신할 듯합니다.
7번	KFood를 먹어보지 않았다면?
8번	1) 문항에 대한 설명과 Scale의 기준이 다릅니다. 하나는 1부터 7까지, 다른 하나는 a부터 g까지. 2) KFood를 경험해 보지 않았거나 KFood에 관해 무지한 경우, 정확한 답변이 가능할까요? 3) 수정이 요구되는 세부문항: 7 (상대적인 장점?), 8, 9, 11, 12, 13, 22, 26, 32번
9번	1) 문항에 대한 설명과 Scale의 기준이 다릅니다. 하나는 1부터 7까지, 다른 하나는 a부터 g까지. 2) Scale이 동의한다 동의하지 않는다인데, 문항은 I think로 시작합니다. 논리적으로 체크를 해봐야할 듯합니다. 3) 수정이 요구되는 세부 문항:1(in terms of what?),5,9,10,12,14,15,16,17,18,19,23,24,25,26번 4) 문장이 전반적으로 보다 specific해야 의미전달이 잘 될 것 같습니다.
10번	구체적인 Source를 기입하는 것은 좀 어려울 것 같습니다. 그리고 scale이 agree로 되어 있는데, 질문과 잘 부합되지 않습니다.
11번	b와 d, b와 c, c와 f, d와 f의 차이가 무엇인가요?
12번	New food에 대한 질문은 한군데로 모으는 것이 좋을 것 같습니다. 새로운 음식에 대한 적응단계를 순서별로 나열하신 것 같습니다. 하지만, 문항이 정확하게 어떤 의도와 의미인지 알려주시면 좋을 것 같습니다. 총점이 100점이 되게 해야 하는 것 같은데, 그것을 합산해야 하는 작업도 해야 하니, 응답자 입장에서는 꽤 어려운 질문입니다.
13번	무슨 질문인지 설명 부탁드립니다.
14번	C는 동성연애자 때문에 적으신 건가요? 결과분석 시 이런 응답은 상당히 곤란한데, 삭제하는 것이 어떨까요?
15번	Age는 open question으로 하면 적용가능성이 더 높을 것 같기도 합니다.
16번	Other to Others
19번	No education to Middle school / High school / 2-year College / 4-year College/University / Graduate school

마. 본 조사

예비 조사 결과를 바탕으로 10여 차례에 걸쳐 교차 번역을 실시하고, 설문지를 수정 보완하여 최종 설문도구를 완성하였으며, 설문조사 진행을 위하여 설문지 구성의 내용 및 설문조사 방법에 대한 내용은 University of Arkansas의 윤리위원회 승인을 받아 진행하였다.

2013년 2월 15일부터 3월 31일까지 학교 교직원 및 학생, 인근 거주민을 대상으로 실시하였다. 원활한 진행을 위해 설문조사 전, 연구의 목적에 대해 사전 설명 및 동의를 구하였으며, 설문조사자의 차이로 인한 오차를 줄이기 위해, 설문조사자는 응답자가 질문을 해 오는 경우에만 설문지에 대해서 설명을 하였다. 조사를 마친 응답자들에게는 한국 전통 부채 및 자석을 제공 하였다. 설문지는 지역별 350부씩 총 1,050부를 배포하여 933부(AR:330, PA:323, CA:280)를 회수하였으며(회수율:88.8%), 불성실한 설문지 및 한국인이 응답한 설문지를 제거하여 유효 표본 929부를 실증 분석에 사용하였다.

< 표 3-25 > 설문지 Reward

	하회탈 커플자석	막선 접부채
모양	 <p>평민신드름</p> <p>양반자존심</p>	 <p>18-1 사군자 난 ₩2,000</p> <p>18-2 사군자 대나무</p> <p>18-3 사군자 매화</p> <p>수술 증정 길이: 22-25cm</p>
가격	3,000원(1쌍) -> 900쌍 주문시 각 2,500원 가능	2,000원
장점	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 나무로 만들어 디테일이 살아있음. 감쪽함.</li> <li>② 냉장고에 붙이기 좋아하는 외국인들에게 좋음</li> <li>③ 독특한 인테리어 소품. 활용성이 있음</li> <li>④ ‘재앙이 없어진다’는 의미</li> <li>⑤ 한국적인 느낌</li> <li>⑥ 깔끔한 포장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 한국적인 느낌</li> <li>② 수묵화가 고급스러운 느낌을 줌</li> <li>③ 개별포장 가능, 수술증정</li> <li>④ 여름에 부채 하나만 들어도 멋스러움(한국홍보효과)</li> </ul>

본 연구의 목적을 수행하기 위해, 미국 중부 지역은 Arkansas University(Fayetteville, Arkansas State, 이하 AR표시), 미국 동부지역으로는 Drexel University, University of Pennsylvania(Philadelphia State, 이하 PA표시) 에서 설문을 진행 하였으며, 미국 서부 지역으로는 San Jose State University, Santa Clara University(San Jose, California State,이하 CA 표시)에서 진행하였다.



< 그림 3-23 > Arkansas University 설문 조사 실시 모습

## 5. 연구 조사 분석 방법

한식 확산 단계 평가 지표 개발을 위하여 조사된 데이터들은 통계전문패키지 SAS 9.3을 이용하여 결과를 분석하고 SPSS 21을 통해 그래프 화하였다. 본 연구에서는 다음과 같은 분석기법들을 활용하였다.

먼저, 여러 개의 7점 척도 문항으로 이루어진 조사 대상자의 한식 확산 단계별 성과와 수용자 범주별 개혁결정 단계를 알아보기 위해서 7점 척도 값을 산술평균하여 어느 점도의 수준을 나타내는지 지역별로 단일 평균 비교하였다.

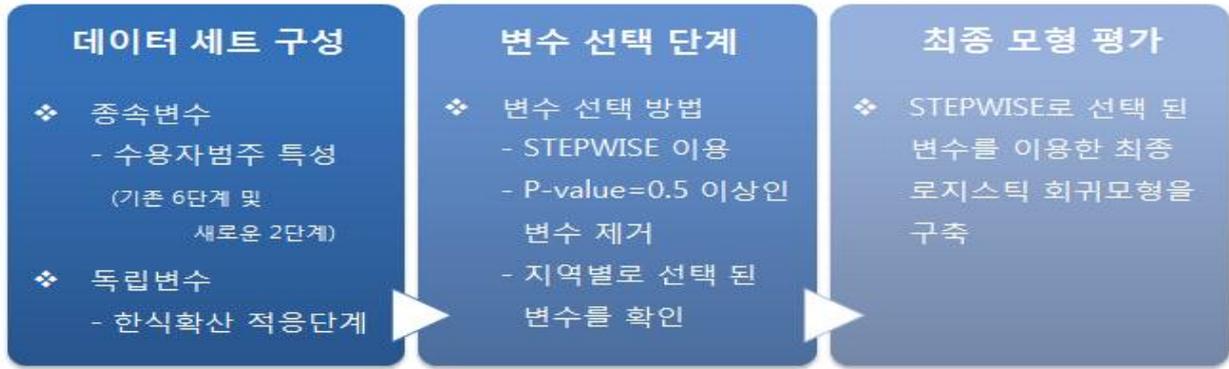
다음으로는 성별이나 연령 등을 포함하는 조사 대상자의 일반적 특성과 응답자들의 민족성 혹은 소득수준 등을 포함하는 사회적 특성, 심리 변화 단계, 조사 대상자의 수용자 범주와 그에 따른 초기개혁방법 및 의견지도자, 커뮤니케이션 채널 한식 확산 지수 등을 살펴보기 위해 빈도분석과 동시에 교차분석을 실시하여 그들이 갖는 범주별 빈도와 비중(퍼센트)를 확인하였으며, 여기서 빈도분석의 경우 연령과 한식 확산 지수는 연령대별로 범주화하고 지수에 따라 그룹화한 후에 빈도분석을 진행하였으며, 교차분석의 경우  $\chi^2$ -test를 통하여 분포의 동일성 검정을 함께 수행하였다.

또한 한식 확산 단계와 한식 인지 특성을 조사하여 동일한 측정 결과를 얻을 수 있는 가능성, 즉 조사 문항의 신뢰도가 어느 정도인지 알아보기 위해서 크론바하 알파 값을 확인한 후에 요인분석을 실시하여 조사 된 데이터가 어떤 변수들로 구성된 몇 개의 대표 요인으로 나타내어질 수 있는지 살펴보았다.

< 표 3-26 > 연구 조사 분석 방법

분석방법		분석내용
기술통계량	단일 평균 비교 등	조사 대상자의 한식 확산 단계별 성과 수용자 범주별 개혁결정 단계
		조사 대상자의 일반적 특성 - 성별, 연령, 직업, 결혼상태 조사 대상자의 사회적 특성 - 민족성, 최종학력, 소득수준 조사 대상자의 수용자 범주
빈도분석 및 교차분석	빈도, 퍼센트(%)	한식 적응 변화 단계 초기 개혁 방법 - 전체 응답자, 수용자 범주별 의견지도자 및 커뮤니케이션 채널 - 전체 응답자, 수용자 범주별
		심리 변화 단계
		한식 확산 지수
신뢰도분석	크론바하 알파 (Chronbach's $\alpha$ )	한식 확산 단계 한식 인지 특성
요인분석	요인, 설명력 등	한식 확산 단계 한식 인지 특성
T-test		
카이제곱분석	$\chi^2$ 통계량, 유의확률 등	조사 대상자의 일반적 특성 - 성별, 연령, 직업, 결혼상태 조사 대상자의 사회적 특성 - 민족성, 최종학력, 소득수준
		한식 확산 지수
다중회귀분석	F 통계량, 결정계수( $R^2$ ), 유의확률 등	한식 확산 단계에 대한 한식 인지 특성의 영향
로지스틱 회귀분석	F 통계량, 결정계수( $R^2$ ), 유의확률 등	수용자 범주 특성에 대한 한식 확산 적응 단계 변화

그리고 이 결과와 선행연구 결과를 이용하여 한식 확산 단계에 대해 한식 인지 특성이 영향을 주는지 다중회귀분석을 통해 확인하였으며, 수용자 범주별 한식 확산 적응 단계의 변화에 대해서는 종속변수의 특성상 로지스틱 회귀분석을 수행하도록 하였다.



< 그림 3-24 > 최종 모형 평가를 위한 연구 분석 방법

로지스틱 회귀분석은 분석하고자 하는 대상들이 두 집단 혹은 그 이상의 집단으로 나누어진 경우에 개별 관측치들이 어느 집단으로 분류될 수 있는가를 분석하고 이를 예측하는 모형을 개발하는 데에 사용되는 대표적인 통계기법으로 종속변수가 혁신자, 초기수용자, 초기대다수, 후기대다수 비혁신자 처럼 범주형 명목변수를 분석하고자 할 때 주로 사용된다.

로지스틱 회귀분석은 분석 목적이나 절차에 있어서는 일반 회귀분석과 유사하나, 종속변수가 명목척도로 측정된 범주형 질적변수인 경우에 사용한다는 점에서 일반회귀분석과 차이가 있다.

그러니까 연속형 수치변수가 아닐 때 회귀분석을 수행하기 위해서 사용하는 방법으로 변수 선택방법이 여러 개 존재하나 그 중에서 F통계량의 유의확률이 가장 낮게 하는 독립변수를 하나씩 선택해 나가는 방식인 STEP WISE(단계적 방법) 방법을 선택하여 분석하였다. 전진대입법이나 후진대입법에 비해 이 둘을 절충한 방식이라 비교적 안정적인 방법이기 때문에 로지스틱 회귀 분석 시 대부분 이 방법을 사용한다.

### 가. 고정총합척도법

고정 총합 형 질문은 서열 형 질문의 변형이며 이는 응답자에게 고정된 수치(보통 100점 내지는 100%)를 부여하고, 이 수치 내에서 주어진 각각의 응답범주마다 주관적 지수 내지는 비율을 배정하게 하는 방법으로 보통 각 응답범주마다 부여된 응답자들의 지수를 평균하여 비교하는 식으로 활용된다.

고정총합척도법은 상대적 비교를 통해 수치가 부여 되므로 서열척도의 성격이 강하고, 일반적으로 절대 '0'의 개념도 존재하므로 비율척도로도 간주합니다. 그리고 연구대상의 수가 많으

면 연구결과가 부정확하고, 응답하기 어려워지며, 어떤 속성을 비교하게 하느냐에 따라 결과가 달라질 수 있기 때문에 주의해야 한다.

#### 나. 명목그룹기법(Nominal Group Technique)

본 연구는 한식 사업 분야의 전문가 의견이 중요하다 판단하여 한식 사업 전문가 집단의 도움을 받기 위하여 전문가 집단 회의를 실시하였다. 회의의 방법은 한식 확산의 가중치를 구하기 위하여 명목그룹기법(Nominal Group Technique)을 사용하여 진행하였다.

명목그룹기법은 특정 분야의 전문가들을 명목그룹(Nominal Group)으로 선정하여 그들의 의견을 듣는 정성적 연구방법이다. 명목 그룹은 혁신적이고 독창적인 대안 혹은 아이디어를 일반화시킬 수 있는 구조화된 방법이며, 문제의 이해, 문제 해결을 위한 실현 가능한 대안을 서면으로 작성, 각자의 대안에 대한 명확한 이해를 위해 그룹 멤버들 간의 질의 및 응답, 그룹 멤버 모두 독립적인 대안에 대한 투표, 가장 지지를 받은 대안의 채택 순으로 진행된다.

본 연구에서 개발한 한식 확산 단계 평가 지표를 평가하기 위하여 한식 세계화와 관련된 학계 연구자 2명과 정부공무원 1명, 사업경영전문가 1명의 전문가들과 함께 1차와 2차로 구분하여 명목그룹기법을 활용하여 가중치 선정을 하였다. 전문가 집단의 1차 회의에서는 한식 확산 단계별 중요도에 따라 가중치를 부여 하며, 전문가 집단의 2차 회의에서는 설문 조사 대상자의 단계별 중요도에 따라 가중치를 부여 하였다.

한식 확산 단계를 평가하기 위하여 관련 분야의 전문가들의 도움이 필요하여 연구 수행 과정 중 전문가들의 의견을 수렴하기 위하여 명목그룹기법을 활용한 전문가 집단 회의를 실시하였다. 전문가 집단을 대상으로 한 조사 내용은 다음과 같다.

< 표 3-27 > 전문가 집단의 일반적 특성과 조사 내용

구분	전문가	조사내용
학계연구자	전문가A	한식 확산 단계별 가중치 및 항목별 타당도, 지표에 대한의견(지표체계, 산정 방식 등)
학계연구자	전문가B	
사업경영전문가	전문가C	
정부공무원	전문가D	

## 6. 한식 확산 지수 산출 절차

한식 확산 지수는 다음과 같은 절차에 따라 산출되었다.

첫째, 개혁의 결정 과정을 다룬 설문 문항 Q2의 항목을 정리하여 Raw Data를 산출하기 위하여 단계별 확산 지수를 평균값으로 표준화하였다. 한식 확산 지수를 구하기 위하여 5단계로 구분하여 연구를 진행하였다.

둘째, 표준화된 원 자료의 데이터 값에 가중치를 주지 않고, 100점으로 환산한다. 이것은 단계별로 동일한 가중치를 부여하였다는 것을 의미한다.

셋째, 표준화된 원 자료의 데이터 값에 응답자가 중요하다 판단되는 단계에 따라 가중치를 부여하여 100점으로 환산한다.

넷째, 한식 사업과 관련된 전문가 집단의 명목그룹기법을 활용하여 단계별 중요도에 따라 가중치를 부여하여 100점으로 환산한다.

다섯째, 응답자가 부여한 단계별 중요도와 전문가 집단의 단계별 중요도 결과와 비교 분석한 뒤 다시 명목그룹기법을 활용하여 전문가 집단의 단계별 중요도에 대하여 다시 확인하여 가중치를 부여하고 100점으로 환산한다.

마지막으로 집단별 한식 확산 지수에 대하여 비교 분석한 뒤 결과를 도출하기로 하였다.

## 7. 한식 확산 지도 제작

정보를 디자인한다는 것은 복잡하고 구조화 되지 않는 데이터를 시각적으로 표현하여 그 뜻을 정확하게 전달하는 것이다. 이는 우리의 감각 중에서 가장 많은 영향을 주는 시·지각을 통하여 다량의 정보를 전달하기 위하여 정보 전달의 도구가 언어가 아닌 그림, 문자, 사진, 인쇄물, 영상물 등을 통하여 정보를 구성하고 효율적으로 사용할 수 있게 하는 디자인으로써 상황을 설명적이고 즉각적으로 전달하는 것이다.(이현주, 배윤선, 손민정, 2011)

정보의 전달은 인간과 인간 사이에서 행하여지는 기호의 의미 전달 과정으로서 정보, 관념, 태도, 행동, 감정, 경험 등을 공유하도록 하는 행위이므로 정보의 소통은 인간의 사회화를 돕는

다. 오늘날 다량의 정보가 빠른 전달로 인하여 즉각적이고 광범위하게 노출됨에 따라 사회가 지적으로 동질적인 사회로 변화하고 있다.(이현주, 배운선, 손민정, 2011)

시각전달 디자인이란, 정보를 눈으로 인지하고 이해할 수 있도록 디자인하는 것이며, 보는 사람의 입장에서 시각 표시물의 정보전달 목적을 효율적으로 달성하기 위해서는 가시성, 주시성, 기억성, 정확성, 조형성, 시대성이 필수적으로 고려되어야 한다.(이현주, 배운선, 손민정, 2011)

정보의 시각화를 위해서는 조직화된 정보 내용을 사용자가 쉽게 이해할 수 있도록 하기 위하여 시각적 형태인 도형, 일러스트레이션, 다이어그램, 맵, 실사 이미지 등의 다양한 형식이 존재한다.(이현주, 배운선, 손민정, 2011)

또한, 정보전달을 위해서는 그 시대 사람들이 공유하는 지식이나 환경을 공유하며 사용자의 취미와 기호 등을 고려하여 이해하기 쉽게 구성되어야 한다. 그러기 위하여 정보를 수집하고 그루핑하여 정보들의 레이블링과 각 그룹간의 관계성을 부여하여 구조화하고 조직화하여 해당 정보에 대한 이해와 접근을 쉽게 하기 위한 정보를 설계하여야 한다.(이현주, 배운선, 손민정, 2011)

국제투명성기구(Transparency International)는 1993년 설립되어 전 세계 82개의 공식 국가 지부를 포함하여 100개 이상의 단체가 산하 지부로 활동하고 있으며 매년 각국의 공무원 및 정치인의 부패지수를 산출하여 한눈에 파악할 수 있도록 Map으로 표기하여 가시성 및 정보전달력을 높이고자 하였으며, 국내 기상청에서는 매일 가뭄판단지수에 따른 단계 별 설명 및 주의사항을 레이더 맵을 활용하여 업데이트하여 홈페이지를 통하여 정보를 제공하고 있다.

글로벌 시장에서의 성공적 한식 세계화를 위해서는 한식의 확산정도를 파악하는 것이 선행되어야 하지만, 아직 한식의 질적 확산을 측정할 수 있는 지표 및 도구와 사람들에게 한식의 확산 단계를 전달하여 줄 정보 전달의 도구는 전무한 실정이므로 본 연구에서는 한식 확산 단계 평가 지표를 개발, 활용하여 지역별, 국가별, 대륙별 한식의 확산 정도를 한눈에 파악할 수 있도록 Map을 구성하여 가시성 및 정보전달력을 높이고자 하였다.

이에 본 연구에서는 개발된 지표를 활용하여 미국 지역별 한식 확산 단계를 가시화 하여 확산 단계 도출하고자 하였으며, 한식 확산 MAP을 활용하여 한식의 확산 단계를 평가하는 실질적인 정보 제공을 하고자 한다.

## 제 2 절. 연구 조사 결과 분석

### 1. 조사 대상자의 일반적 특성

#### 가. 조사 대상자의 인구 통계학적 특성

조사대상자의 지역에 따른 일반적 사항을 살펴보기 위하여 지역별로 분류하여 성별, 연령, 직업, 결혼 상태로 세분화하여 살펴보았다.

< 표 3-28 > 조사 대상자의 일반적 특성

Summary Statistics		Region Category n(%)			χ <sup>2</sup>	Sig.
Demographic Factor	n(%)	AR	PA	CA		
<b>Gender</b>						
Male	402(43.1)	134(40.6)	132(41.0)	136(48.6)	4.590	.101
Female	527(56.5)	194(58.8)	189(58.7)	144(51.4)		
<b>Age Category</b>						
~20	109(11.7)	24(7.3)	56(17.4)	29(10.4)	102.23 3	.000
21~30	463(49.7)	132(40.0)	207(64.3)	124(44.3)		
31~40	184(19.7)	85(25.8)	36(11.2)	63(22.5)		
41~50	83(8.9)	33(10.0)	15(4.7)	35(12.5)		
51~60	59(6.3)	37(11.2)	4(1.2)	18(6.4)		
61~	27(2.9)	17(5.2)	3(0.9)	7(2.5)		
<b>Current occupation</b>						
Managerial & professional specialty	158(17.0)	83(25.2)	35(10.9)	40(14.3)	155.61 9	.000
Student	434(46.6)	95(28.8)	227(70.5)	112(40.0)		
Technical, sales, administrative	88(9.4)	29(8.8)	26(8.1)	33(11.8)		
Service	33(3.5)	12(3.6)	3(0.9)	18(6.4)		
Farming, forestry, fishing	11(1.2)	5(1.5)	-	6(2.1)		
Self-employed	33(3.5)	15(4.5)	4(1.2)	14(5.0)		
Precision production, craft, repair	11(1.2)	3(0.9)	2(0.6)	6(2.1)		
Armed forces	-	-	-	-		
Other (please specify: )	91(9.8)	53(16.1)	18(5.6)	20(7.1)		
Not working	60(6.4)	33(10.0)	6(1.9)	21(7.5)		
<b>Marital Status</b>						
Single	558(59.9)	148(44.8)	266(82.6)	144(51.4)	121.25 5	.000
Married	318(34.1)	157(47.6)	48(14.9)	113(40.4)		
Divorced/Widowed	36(3.9)	18(5.5)	2(0.6)	16(5.7)		
Widowed	7(0.7)	5(1.5)	-	2(0.8)		

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

전체 응답자의 인구통계학적 특성은 <표3-28>과 같이 남녀의 비율이 각각 43.1%, 56.5%로 나타났으며, 연령층의 경우 20대가 49.7%로 가장 높았다. 전체 응답자의 평균 연령은 31세(표준편차 12세)였으며, 각 지역별 응답자의 평균 연령은, 미국 동부의 펜실베이니아(PA) 주(26세±8세)의 응답자가 미국 서부의 캘리포니아(CA) 주(33세±12세)와 미국 중부의 아칸소(AR) 주(35세±13세)의 응답자보다 낮게 나타났다.

직업에 있어서는 학생이 46.6%, 사무직 17.0%로 높은 비율을 나타내었는데, 이것은 조사지가 대학교와 대학가 주변인 것에 영향을 받은 것이라 사료된다. 조사 대상자의 결혼 상태는 전체 응답자의 59.9%가 미혼이라 답하였다.

(1) 성별

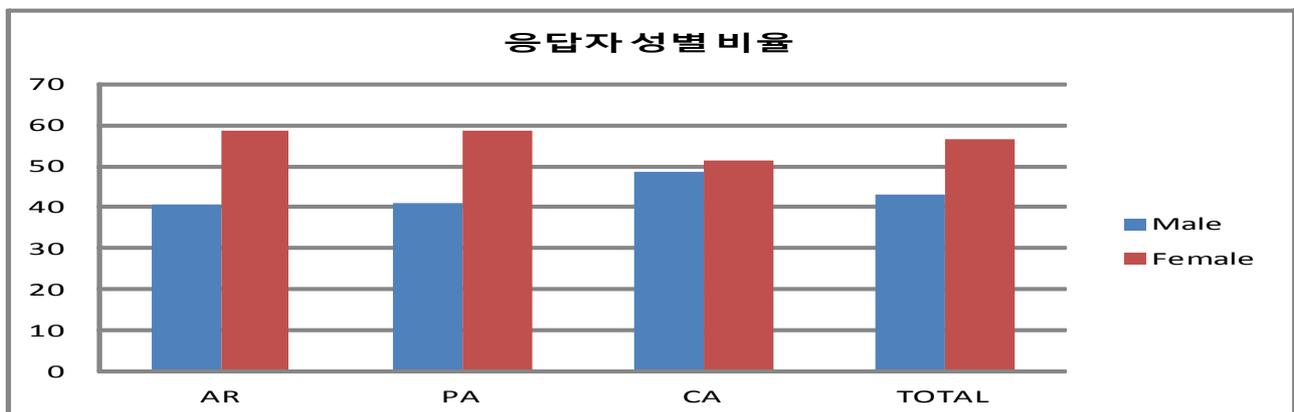
< 표 3-29 > 성별에 따른 지역 인구 현황

	AR	PA	CA
	명(%)	명(%)	명(%)
Male	1,431,637(49.1)	6,190,363(48.7)	18,517,830(49.7)
Female	1,484,281(50.9)	6,512,016(51.3)	18,736,126(50.3)
Total	2,915,918	12,702,379	37,253,956

자료 출처 : 미국 인구 조사국 [www.census.gov](http://www.census.gov)

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

조사 대상자의 성별 비율 분석 결과 총 930명의 응답자 중 결측치 1개를 제외한 929명 중 남성은 402명(43.1%), 여성은 527명(56.5%)이었으며 아칸소(AR)지역의 경우 총 328명 중 남성은 134명(40.6%), 여성은 194명(58.8%), 펜실베이니아(PA)지역의 경우 총 321명 중 남성은 132명(41.0%), 여성은 189명(58.7%), 캘리포니아(CA)지역의 경우 총 280명 중 남성은 136명(48.6%), 여성은 144명(51.4%)으로 나타났다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-25 > 조사 지역 응답자 성별 비율

(2) 연령

조사 대상자의 성별 비율 분석 결과 결측치 5명을 제외한 925명 중 20대가 463명(49.7)으로 응답자 중 절반 정도가 20대였으며, 미국 중부의 아칸소(AR)지역의 경우 총 328명 중 20세 이하는 24명(7.3%), 21~30세는 132명(40.0%), 31~40세는 85명(25.8%), 41~50세는 33명(10.0%), 51~60세는 37(11.2%), 61세 이상은 17(5.2%)로 나타났다.

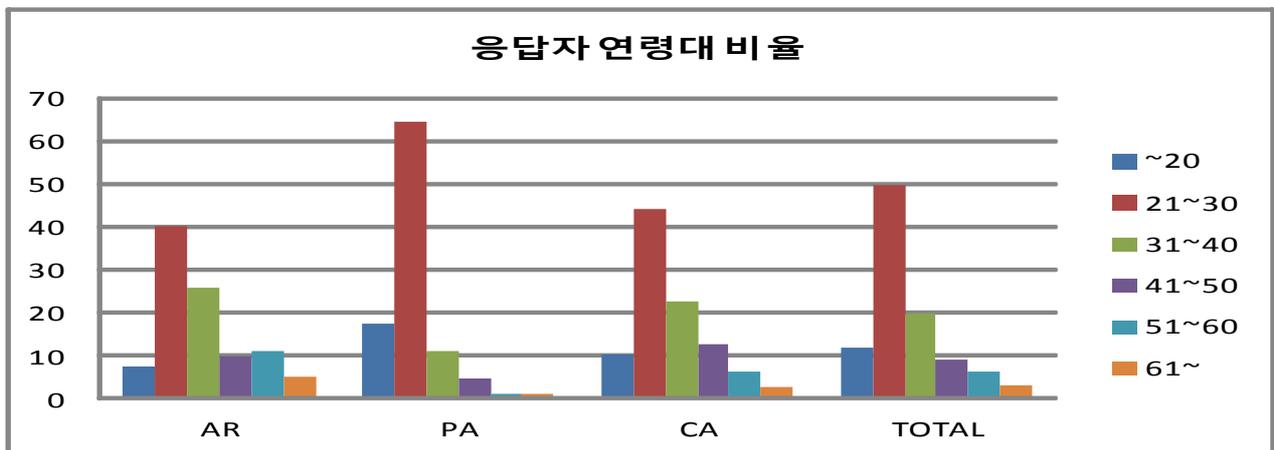
< 표 3-30 > 연령별 인구 현황

	AR	PA	CA
	명(%)	명(%)	명(%)
Under 18	711,475(14.1)	2,792,155(12.6)	9,295,040(14.5)
18 and over	2,204,443(43.8)	9,910,224(44.6)	27,958,916(43.6)
20-24	199,650(4.0)	874,146(3.9)	2,765,949(4.3)
25-34	375,892(7.5)	1,511,119(6.8)	5,317,877(8.3)
35-49	571,752(11.4)	2,571,432(11.6)	7,872,529(12.3)
50-64	552,713(11.0)	2,606,985(11.7)	6,599,045(10.3)
65 & over	419,981(8.3)	1,959,307(8.8)	4,246,514(6.6)
Total	5,035,906	22,225,368	64,055,870

자료 출처 : 미국 인구 조사국 [www.census.gov](http://www.census.gov)

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

미국 동부의 펜실베이니아(PA)지역의 경우 총 321명 중 20세 이하는 56명(17.4%), 21~30세는 207명(64.3%), 31~40세는 36명(11.2%), 41~50세는 15명(4.7%), 51~60세는 4(1.2%), 61세 이상은 3(0.9%)로 나타났으며 미국 서부의 캘리포니아(CA)지역의 경우 총 276명 중 20세 이하는 29명(10.4%), 21~30세는 124명(44.3%), 31~40세는 63명(22.5%), 41~50세는 35명(12.5%), 51~60세는 18(6.4%), 61세 이상은 7(2.5%)로 나타났다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

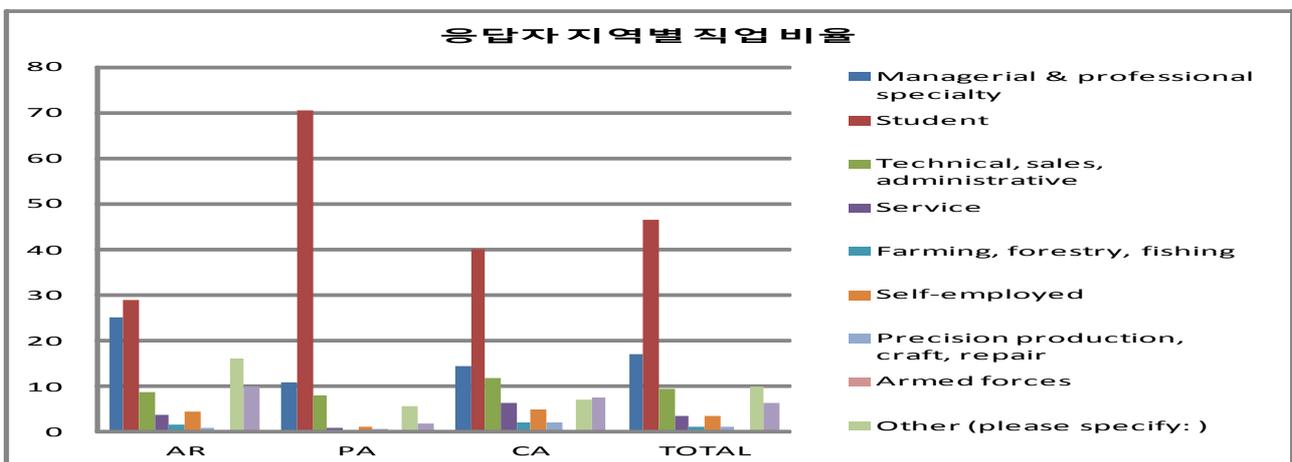
< 그림 3-26 > 조사 지역 응답자 연령대 비율

조사 대상자의 연령 결과를 분석한 결과, 미국 중부 아칸소 지역은 결측치 2를 제외한 328명 중에 21~30세의 연령대가 132명(40%)으로 가장 높았으며, 그 다음으로 31~40세의 연령대가 85명(25.8%)으로 높았다. 51~60세의 연령대의 경우 37명(11.2)명으로 세 지역 중 가장 높은 수치를 기록하였다. 20대의 연령대가 가장 높았지만 세 지역 중 가장 고른 분포를 보였다.

미국 동부의 펜실베이니아(PA) 주는 321명의 응답자 중에서 21~30세의 연령대가 207명(64.3%)로 세 지역 20대 비중이 가장 높았으며, 그 다음은 20세 이하가 56명(17.4)으로 31~40세의 연령대가 두 번째로 높은 미국 중부 아칸소(AR) 지역과 미국 서부 캘리포니아(CA) 지역과는 상이한 결과를 보였다. 미국 서부의 캘리포니아(CA) 주는 279명의 응답자 중 결측치 3명을 제외한 276명의 연령대를 분석해 보았다. 분석결과 21~30세의 연령대가 124명(44.3%)이었으며, 31~40세의 연령대가 65명(22.5%)으로 높게 나타났다.

### (3) 직업

조사 대상자의 직업 분석 결과 미국 중부의 아칸소(AR)지역의 경우 총 330명 중 결측치 2명을 제외한 328명의 직업은 전문직(Managerial & professional specialty) 83명(25.2%), 학생(Student) 95명(28.8%), 기술직, 판매직, 행정직(Technical, sales, administrative) 29명(8.8%), 서비스직(Service) 12명(3.6%), 농수산업(Farming, forestry, fishing) 5명(1.5%), 자영업(Self-employed) 15명(4.5%), 생산직, 공예직, 수리직(Precision production, craft, repair) 3명(0.9%), 기타(Other) 53명(16.1%), 무직(Not working) 33명(10.0%)로 나타나 학생이 95명(28.8)로 가장 높게 나타났으며 두 번째인 사무직이 83명(25.2%)로 나타나 가장 높은 학생과 12명(3.6%)차이로 큰 차이는 보이지 않았다. 그 다음 기술직이 29명(8.8%), 기타 53명(16.1%)인 것을 제외하고 서비스직, 농수산업, 자영업, 기술직, 무직은 모두 비슷한 수치를 보였다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-27 > 조사 지역 응답자 지역별 직업 비율

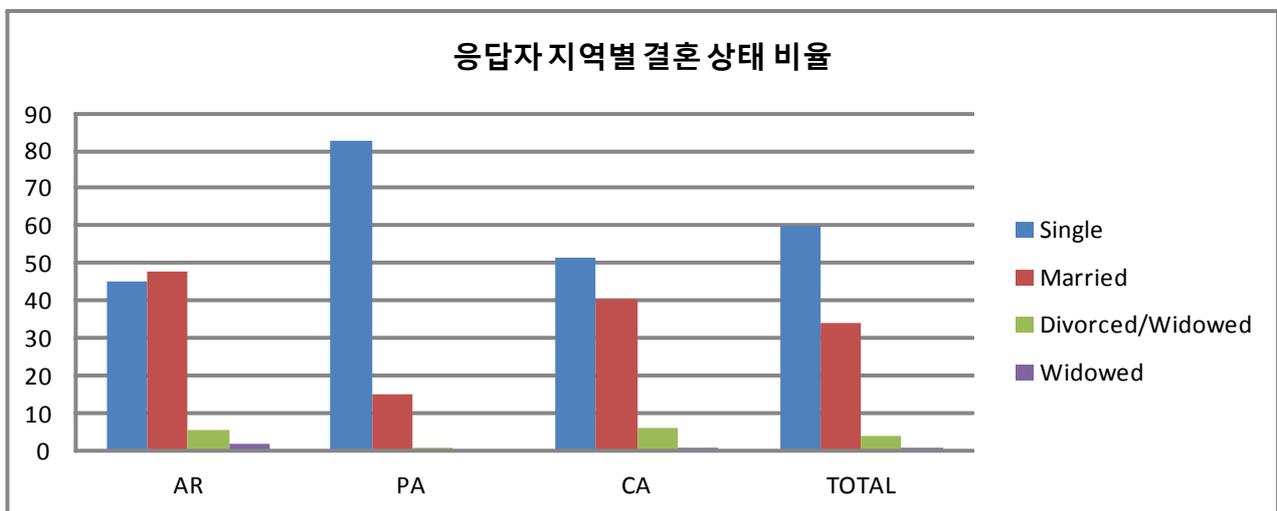
미국 동부의 펜실베니아(PA) 주는 전체 322명의 응답자 중 결측수 1명을 제외한 321명(99.7%)의 분석결과 학생이 227명(70.5%)으로 월등히 높은 수치를 나타냈다. 이는 아칸소 95명(28.8%), 캘리포니아 112명(40%)과 비교해 보았을 때에도 학생 비율이 상당히 높다는 것을 알 수 있다.

이밖에 전문직(Managerial & professional specialty) 35명(10.9%), 기술직, 판매직, 행정직(Technical, sales, administrative) 26명(8.1%), 서비스직(Service) 3명(0.9%), 자영업(Self-employed) 15명(4.5%), 생산직, 공예직, 수리직(Precision production, craft, repair) 3명(0.9%), 기타(Other) 53명(16.1%), 무직(Not working) 33명(10.0%)으로 비슷한 수치를 보였다. 농수산업의 경우 아칸소 5명(1.5%)과 캘리포니아 6명(2.1%)과는 다르게 펜실베니아 주는 0명(0%)이었으나 유의한 차이를 보이지 않았다. 하지만 무직의 수치는 6명(1.9%)으로 세 지역 중 가장 낮은 수치를 보였다.

미국 서부의 캘리포니아(CA) 주는 응답자 279명 중 결측치 9명을 제외한 270명의 직업을 분석해 본 결과, 학생이 112명(40%)으로 가장 높았으며, 사무직이 40명(14.3%)으로 두 번째로 높은 수치를 보였다. 캘리포니아 주는 아칸소와 펜실베니아 주에 비해 서비스업 18명(6.4%), 자영업 14명(5%), 무직 21명(7.5%)으로 비교적 고른 분포를 보였다.

#### (4) 결혼상태

응답자의 결혼 상태는 전체 응답자 919명중 미혼이 558명(59.9%)로 가장 높은 수치를 나타냈으며, 그 다음 기혼자가 318명(34.1%), 이혼/별거 36명(3.9%), 과부 7명(0.7%)로 나타났다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-28 > 조사 지역 응답자 지역별 결혼 상태 비율

미국 중부의 아칸소(AR) 주는 응답자 330명 중 결측치 2명을 제외한 328명의 결혼 상태를 분석해 본 결과 기혼자가 157명(47.6%), 미혼자가 148명(44.8%)으로 미비한 차이로 기혼자가 가장 많았다. 이혼/별거 상태와 과부는 각각 18명(5.5%), 5명(1.5%)로 적은 수치를 보였다.

미국 동부의 펜실베이니아(PA) 주는 322명 중 결측치 6명을 제외한 316명의 결혼 상태를 분석해 본 결과, 266명(82.6%)로 압도적인 차이로 가장 많았으며 기혼자는 48명(14.9%)으로 비교적 적은 수치를 보였다. 이혼/별거 상태의 경우 2명(0.6%)으로 세 지역 중 가장 적은 수치를 기록하였으며 과부 또한 세 지역 중 유일하게 0명을 기록하였다.

미국 서부의 캘리포니아(CA) 주는 279명 중 결측치 4명을 제외한 275명을 분석한 결과, 144명(51.4%)명이 미혼자로 과반수이상을 차지하였으며, 그 다음으로 113명(40.4%)이 기혼자라고 응답하였다. 이혼/별거 상태는 16명(5.7%)로 미비한 차이이기는 하나 세 지역 중 가장 높은 비율을 차지하였으며 과부는 2명(0.8%)로 나타났다.

#### 나. 조사 대상자의 사회적 특성

조사대상자의 지역에 따른 사회적 사항을 살펴보기 위하여 지역별로 분류하여 민족성, 학력, 연간 소득으로 세분화하여 살펴보았다.

전체 응답자의 사회적 특성은 <표3-31>과 같이 White/Caucasian이 62.7%로 가장 높게 나타났으며 그 이외의 다양한 American인들은 고르게 나타나 다인종 다문화 국가인 미국을 표본 조사 집단으로 선정한 것에 긍정적 영향을 주었다. 특이한 사항으로는 조사 대상자의 17.5%가 Asian American로 나타나 Asian의 문화적 영향을 긍정적으로 받았으리라 사료된다.

전체 응답자의 최종 학력은 고등학교 중퇴(Did not complete High school)가 7명 0.8%, 고등학교(High school) 졸업은 166명 17.8%, 2년제 전문대(2-year College) 졸업은 120명 12.9%, 4년제 대학교(University (4-year College)) 졸업은 334명 35.8%, 대학원 중퇴(Some Graduate school)는 83명 8.9%이며, 대학원(Graduate degree) 졸업은 206명 22.1%로 나타났다.

소득 수준에 있어서는 Under \$10,000, \$30,000-\$39,999, \$10,000-\$19,999 순으로 각각 178명 19.1%, 103명 11.1%, 102명 10.9%로 나타났으며, 이는 조사 대상자의 절반이 학생이기 때문인 것으로 사료된다.

< 표 3-31 > 조사 대상자의 사회적 특성

Summary Statistics		Region Category n(%)			x <sup>2</sup>	Sig.
Socioeconomic Factor	n(%)	AR	PA	CA		
<b>Ethnic Origin</b>						
White/Caucasian	584(62.7)	282(85.5)	150(46.6)	152(54.3)	161.408	.000
Hispanic	59(6.3)	3(0.9)	22(6.8)	34(12.1)		
African American	67(7.2)	8(2.4)	44(13.7)	15(5.4)		
Native American	11(1.2)	4(1.2)	3(0.9)	4(1.4)		
Asian American(Korean)	8(0.9)	1(0.3)	4(1.2)	3(1.1)		
Asian American(Japanese)	9(1.0)	-	3(0.9)	6(2.1)		
Asian American(Chinese)	73(7.8)	12(3.6)	43(13.4)	18(6.4)		
Asian American(Indian)	45(4.8)	7(2.1)	26(8.1)	12(4.3)		
Asian American(Others)	28(3.0)	3(0.9)	13(4.0)	12(4.3)		
Others	38(4.1)	9(2.7)	10(3.1)	19(6.8)		
<b>Highest level of education</b>						
Did not complete High school	7(0.8)	-	2(0.6)	5(1.8)	80.362	.000
High school	166(17.8)	89(27.0)	50(15.5)	27(9.6)		
2-year College	120(12.9)	47(14.2)	20(6.2)	53(18.9)		
University (4-year College)	334(35.8)	104(31.5)	118(36.6)	112(40.0)		
Some Graduate school	83(8.9)	34(10.3)	26(8.1)	23(8.2)		
Graduate degree	206(22.1)	54(16.4)	104(32.3)	48(17.1)		
<b>Household Size</b>						
Under \$ 10,000	178(19.1)	41(12.4)	100(31.1)	37(13.2)	159.068	.000
\$10,000-\$19,999	102(10.9)	39(11.8)	43(13.4)	20(7.1)		
\$20,000-\$29,999	75(8.0)	32(9.7)	28(8.7)	15(5.4)		
\$30,000-\$39,999	103(11.1)	56(17.0)	28(8.7)	19(6.8)		
\$40,000-\$49,999	80(8.6)	35(10.6)	28(8.7)	17(6.1)		
\$50,000-\$59,999	61(6.5)	24(7.3)	22(6.8)	15(5.4)		
\$60,000-\$69,999	45(4.8)	23(7.0)	9(2.8)	13(4.6)		
\$70,000-\$79,999	63(6.8)	26(7.9)	6(1.9)	31(11.1)		
\$80,000-\$89,999	29(3.1)	9(2.7)	9(2.8)	11(3.9)		
\$90,000-\$99,999	25(2.7)	11(3.3)	7(2.2)	7(2.5)		
\$100,000-\$119,999	52(5.6)	12(3.6)	15(4.7)	25(8.9)		
\$120,000-\$129,999	15(1.6)	5(1.5)	6(1.9)	4(1.4)		
\$130,000-\$139,999	14(1.5)	-	1(0.3)	13(4.6)		
\$140,000-\$149,999	16(1.7)	1(0.3)	4(1.2)	11(3.9)		
\$150,000 and over	43(4.6)	8(2.4)	10(3.1)	25(8.9)		

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

(1) 민족성

조사 대상자의 민족성은 미국 중부 아칸소(AR) 지역의 응답자 330명 중 결측 빈도 1을 제외한 329명 중 백인/코카서스가 282명(85.7%)으로 압도적으로 많았다. 나머지 히스패닉, 아프리카인, 아메리칸, 인디언 등 10개 항목은 0.30% ~ 3.65%로 고른 분포를 보이고 있었다.

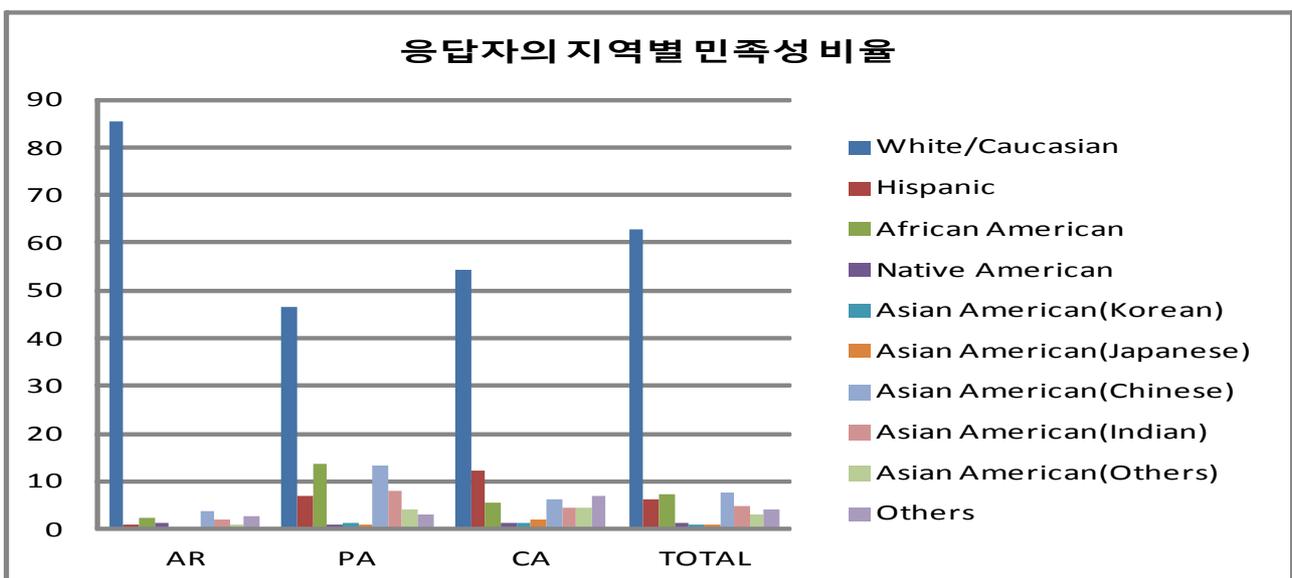
< 표 3-32 > 조사 대상 지역별 인구 현황(민족성)

	AR	PA	CA
	명(%)	명(%)	명(%)
White	2,245,229(77.0)	10,406,288(81.9)	21,453,934(57.6)
African American	449,895(15.4)	1,377,689(10.8)	2,299,072(6.2)
Asian	36,102(1.2)	349,088(2.7)	4,861,007(13.0)
American Indian	22,248(0.8)	26,843(0.2)	362,801(1.0)
Native Hawaiian or Pacific Islander	5,863(0.2)	3,653(0.02)	144,386(0.4)
Some other race	99,571(3.4)	300,983(2.4)	6,317,372(17.0)
Two or more races	57,010(2.0)	237,835(1.9)	1,815,384(4.9)
Total	2,915,918	12,702,379	37,253,956

자료 출처 : 미국 인구 조사국 [www.census.gov](http://www.census.gov)

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

미국 동부 필라델피아(PA) 지역의 응답자 321명 중 결측 빈도 4를 제외한 317명 중 백인/코카서스가 149명(47.0%)으로 가장 많았지만 85.7%, 55.1%를 보였던 아칸소와 캘리포니아와는 상이한 차이를 보이고 있었으며 이는 한식당 현황 조사 시 나타난 다양한 민족 문화가 공존하는 필라델피아는 지역 특성에 적합한 결과라 사료된다.



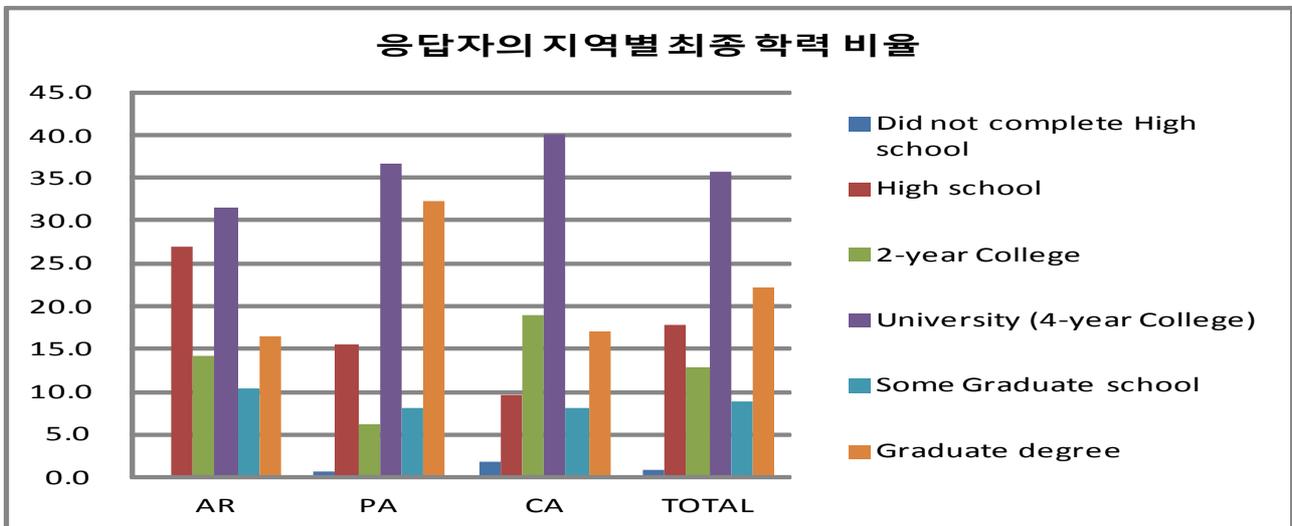
Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-29 > 조사 지역 응답자의 지역별 민족성 비율

미국 서부 캘리포니아(CA) 지역의 응답자 279명 중 결측 빈도 5를 제외한 274명 중 백인/코카서스가 151명(55.1%)로 가장 많았으며 백인을 제외하고는 낮은 비율로 고른 분포를 보였던 아칸소와는 달리 캘리포니아는 히스패닉의 비율이 12.4%(34명)로 높았다.

(2) 최종학력

조사 대상자의 최종학력을 빈도분석 하였다. 미국 중부 아칸소(AR) 지역의 응답자 330명 중 결측 빈도 2를 제외한 328명 중 104명(31.715)이 4년제 대학을 최종 학력이라고 응답했다. 그 다음으로 고등학교 졸업이 89명(27.13%)으로 많았다. 자신이 혁신자라고 응답한 204명(62.2%) 중 61명(29.9%)이 대졸로 가장 많았고 고졸이 55명(27.0%)로 근소한 차이를 보였다. 교육을 받지 않았거나 중학교 졸업인 사람은 한 명도 없는 것으로 나타났다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-30 > 조사 지역 응답자의 지역별 최종 학력 비율

미국 동부 필라델피아(PA) 지역의 응답자 321명 중 결측 빈도 2를 제외한 319명 중 4년제 대학 졸업자가 117명(36.7%)로 가장 많았으며 대학원 졸업자가 104명(32.6%)으로 근소한 차이를 보였다. 그 중 자신을 혁신자라고 응답한 조사자 143명(44.8%) 중 48명(33.6%)가 4년제 대졸이며, 38명(26.6%)가 대학원 졸업자로 그 다음을 차지했다. 주목할 점은 다른 지역(아칸소 16.5%, 캘리포니아 18.0%)보다 필라델피아에서 대학원 졸업자가 월등히 많다는 점이다. 그러나 학력이 높을수록 혁신자에 가까울 것이라는 예상과는 달리 필라델피아의 혁신자 비율(44.8%)이 아칸소의 혁신자 비율(62.2%)보다 낮게 나타났다.

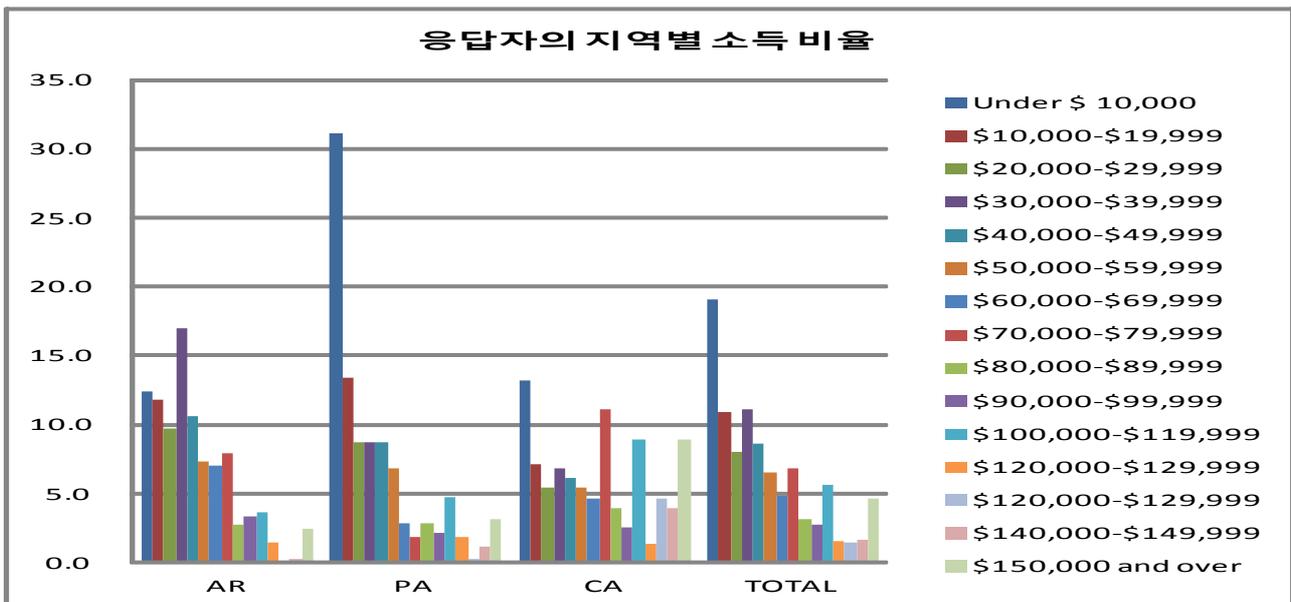
미국 서부 캘리포니아(CA) 지역의 응답자 279명 중 결측 빈도 12를 제외한 267명 중 4년제

대학 졸업자가 111명(41.57%)으로 가장 많았다. 이는 두 번째로 많은 2년제 대학 졸업자 53명(19.9%)보다 두 배 이상의 비율로 압도적인 수치를 보였다. 그 중 자신이 혁신자라고 응답한 조사자는 88명(33.0%)이었으며, 그 중 32명(36.4%)이 4년제 대졸로 가장 많았다.

이를 종합해보면 전체 조사자 930명에서 결측 빈도 16을 제외한 914명 중 332명(36.3%)가 4년제 대학교 졸업자로 가장 많았고, 206명(22.5%)가 그 다음으로 많았다. 또한 전체 응답자 중 혁신자 435명(47.6%)에서 141명(32.4%)가 4년제 대학 졸업자로 역시 가장 많은 것으로 나타났다. 그러나 고등학교 졸업자가 95명(21.8%)로 그 다음을 차지해 전체 응답자의 비율로 봤을 때와 다른 결과를 보였다.

### (3) 소득수준

Rogers는 수용자 범주의 특성에 대한 연구에서 연구 내용을 초기채택자들은 후기 채택자들보다 사회적 지위가 더 높다고 하였다. 지위(status)는 수입, 생활수준, 재산 소유, 직업적 명성, 스스로 어떤 사회계층으로 여기는 지의 여부 등과 같은 변인들에 의해 나타나지만, 일반적으로 측정되는 ‘사회적 지위’는 개혁성과 정적인 관계가 있다고 했다(Rogers, 2003).



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-31 > 조사 지역 응답자의 지역별 소득 비율

전체 응답자 930명 중 결측치 29명을 제외한 901명의 소득 비율을 살펴보았다. 월수입이 10,000\$미만인 응답자가 178명(19.1%)으로 가장 높은 비율을 차지하였다. \$10,000~\$199,999와 \$20,000~\$29,999, \$30,000~\$39,999, \$40,000~\$49,999를 번다고 한 응답자는 각각 102명

(10.9%), 75명(8.0%), 103명(11.1%), 80명(8.6)으로 비슷한 비율을 보였다.

미국 중부의 아칸소(AR) 주는 330명 중 결측치 8명을 제외한 322명의 소득비율을 분석했다. 월수입이 \$30,000~\$39,999가 56명(17.0%)으로 가장 많았으며, 그 다음이 \$10,000 미만이 41명(12.4%)으로 두 번째로 높은 비율을 차지하였다. \$10,000~\$19,999와 \$40,000~\$49,999, \$20,000~\$29,999가 각각 39명(11.8%), 35명(10.6%), 32명(9.7%)으로 비슷한 비율을 차지하였으며, \$70,000~\$79,999, \$50,000~\$59,999, \$60,000~\$69,999가 각각 26명(7.9%), 24명(7.3%), 23명(7.0%)을 차지하였다. \$100,000~\$119,999가 12명(3.6%), \$90,000~\$99,999가 11명(3.3%), \$80,000~\$89,999가 9명(2.7%), \$150,000 이상이 8명(2.4%), \$120,000~\$129,999가 5명(1.5%)을 차지하였다. \$140,000~\$149,999는 1명(0.3%)으로 가장 낮은 비율을 차지하였다.

미국 동부의 펜실베이니아(PA) 주는 \$10,000미만이 100명(31.1%)으로 가장 높은 월수입 비율을 차지하였으며 그 다음으로 \$10,000~\$199,999가 43명(13.4%)으로 두 번째로 높은 월수입 비율을 차지하였다. \$20,000~\$29,999, \$30,000~\$39,999, \$40,000~\$49,999는 각각 28명(8.7%)씩 동일한 비율로 나타났다. \$100,000~\$119,999와 \$150,000이상은 각각 15명(4.7%), 10명(3.1%)을 차지하였다. 이밖에 \$60,000~\$69,999, \$80,000~\$89,999는 9명(2.8%)씩 동일한 비율로 나타났으며, \$90,000~\$99,999는 7명(2.2%)을 차지하였다. \$120,000~\$129,999, \$70,000~\$79,999는 각각 6명(1.9%)씩 동일한 비율로 나타났으며, \$140,000~\$149,999, \$130,000~\$139,999는 각각 4명(1.2%), 1명(0.3%)의 비율을 차지하였다.

미국 서부의 캘리포니아(CA) 주는 \$10,000미만이 37명(13.2%)으로 가장 높은 월수입을 차지하였으며, \$70,000~\$79,999가 31명(11.1%)으로 두 번째로 높은 월수입 비율로 나타났다. \$100,000~\$119,999와 \$150,000 이상은 각각 25명(8.9%)씩 동일한 비율을 나타냈으며 \$10,000~\$19,999와 \$30,000~\$39,999, \$40,000~\$49,999는 각각 20명(7.1%), 19명(6.8%), 17명(6.1%)으로 근소한 차이를 보였다. \$20,000~\$29,999, \$50,000~\$59,999는 각각 15명(5.4%), \$60,000~\$69,999, \$130,000~\$139,999는 각각 13명(4.6%), \$80,000~\$89,999, \$140,000~\$149,999는 각각 11명(3.9%)으로 동일한 비율을 보였다. 이밖에 \$90,000~\$99,999는 7명(2.5%), \$120,000~\$129,999는 4명(1.4%)으로 낮은 비율로 나타났다.

#### 다. 조사 대상 지역의 수용자 범주 분류

아칸소(AR), 펜실베이니아(PA), 캘리포니아(CA)의 3개 지역의 5개 수용자 범주를 살펴보면 새

로운 음식은 반드시 시도해 보는 혁신자(Innovators)는 전체의 441명(47.3%)을 차지하였고 새로운 음식을 시도하기까지 다소 시간이 걸리나 대부분 좋은 선택을 하며 주로 여론주도자(Opinion leader)인 초기채택자(Early adopters)는 206명(22.1%)로 두 번째를 차지하고 있었다. 새로운 음식에 열광하지 하지만 다른 사람이 시도하면 따라서 시도하는 초기대다수(Early majority)는 전체 930명 중 174명(18.7%)을 차지하였고 새로움 음식에 호기심을 갖지 않으며 다른 사람들을 따라가는 후기대다수(Late majority)는 61명(6.5%)으로 많은 수를 차지하지 않았다. 마지막으로 새로운 음식을 시도하는데 시간이 오래 걸리는 비혁신자(Laggard)는 48명(5.2%)으로 가장 낮은 수치를 보였다.

< 표 3-33 > 조사 지역 응답자의 수용자 범주

Adopter category	When you try new food, which category do you fall into? (ONLY ONE, please)	빈도(%)			
		AR	PA	CA	TOTAL
Innovators (혁신자)	I can't wait to try new food.	206 (62.4)	145 (45.0)	90 (32.1)	441 (47.3)
Early adopters (초기채택자)	I would rather wait until I feel certain about the new food. I usually make good choices, and my opinions are well respected.	63 (19.1)	84 (26.1)	59 (21.1)	206 (22.1)
Early majority (초기대다수)	I am not crazy about new food but do not mind going with someone to try it.	42 (12.7)	59 (18.3)	73 (26.1)	174 (18.7)
Late majority (후기대다수)	I am cautious and rather skeptical, I only follow someone who likes it.	12 (3.6)	23 (7.1)	26 (9.3)	61 (6.5)
Laggard (비혁신자)	I am suspicious of new food. It usually takes a long time for me to try it.	7 (2.1)	10 (3.1)	31 (11.1)	48 (5.2)
합계		330 (100.0)	321 (99.7)	279 (99.6)	930 (99.8)
결측	시스템결측값	-	1 (0.3)	1 (0.4)	2 (0.2)
합계		330 (100.0)	322 (100.0)	280 (100.0)	932 (100.0)

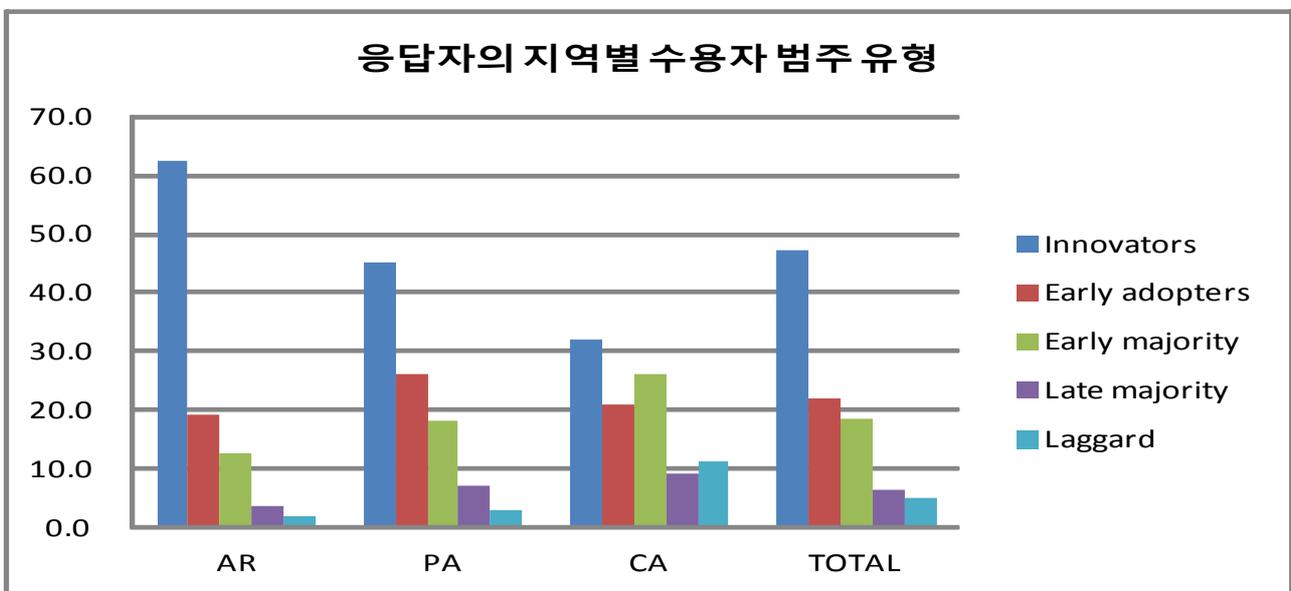
Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

미국 중부의 아칸소(AR)지역 330명의 수용자 범주 결과를 살펴보면 혁신자의 경우 206명(62.4%)으로 과반수이상의 큰 비중을 차지하였으며, 초기채택자는 63명(19.1%)으로 혁신자와 143명(43.3%)의 큰 차이를 보였다. 초기대다수는 42명(12.7%)이라는 결과가 나왔다. 후기대다수는 12명(3.6%)이었으며, 비혁신자는 7명(2.1%)으로 후기대다수와 미비한 차이를 보였다. 이는 Rogers의 수용자 범주(Adopter Categories)와 상이하는 결과를 보여준다.

미국 동부의 펜실베이니아(PA) 지역의 응답자 322명 중 결측치 1명을 제외한 321명의 수용자

범주를 보면, 145명(45%)이 혁신자라고 응답하였으며 84명(26.1%)이 초기채택자자라는 결과가 나왔다. 초기대다수는 59명(18.3%)이며, 후기대다수는 23명(7.1%), 비혁신자는 10명(3.1%)이라고 나타났다. 수용자 범주별 차이는 있었으나 아칸소와 같은 큰 차이는 보이지 않았으며,

미국 서부의 캘리포니아(CA) 지역의 경우 280명 중 결측치 1명을 제외한 279명의 수용자 범주를 살펴본 결과, 혁신자가 90명(32.1%)이었으며 초기채택자가 59명(21.1%)으로 큰 차이를 보이지 않았으며, 초기대다수가 73명(26.1%)으로 초기채택자보다 14명(5.0%) 많은 것으로 나타났다. 후기대다수의 경우 26명(9.3%)이었으며, 비혁신자는 31명(11.1%)으로 후기대다수와 비교해 보았을 때 미비한 차이를 보였으나 비혁신자가 후기대다수보다 많아 다른 두 지역과는 다른 결과를 보였다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-32 > 조사 지역 응답자의 수용자 범주 유형

#### 라. 조사 대상 지역의 한식 적응 변화 단계

아칸소(AR), 펜실베니아(PA), 캘리포니아(CA) 3개 지역의 전체 한식 적응 변화 단계를 살펴 보았다. 총 932명에서 결측치 2명을 제외한 930명 중 6개월 이상 한식을 먹어왔다는 유지(Maintenance)단계는 379명(40.7%)이었으며, 6개월 미만 동안 한식을 먹어왔다는 실행(Action) 단계는 301명(32.3%)로 나타났다. 변화 단계 중 실질적 행동이 보이는 유지와 실행 단계에 있는 680명(73%)은 한식을 먹어본 경험이 있다는 것을 알 수 있다. 한식을 먹어본 적이 없으나 가까운 미래에 먹어볼 의향이 있는 준비(Preparation)단계는 58명(6.2%)로 유지, 실행 단계와 큰 차이가 있음을 알 수 있으며, 한식을 먹어본 적이 없으나 6개월 안에 먹어볼 의향이 있는

심사숙고(Contemplation) 단계는 114명(12.2%)으로 준비단계보다 56명(6%) 많았다. 마지막으로 한식을 먹어 본 적도 없으며, 앞으로 시도해 볼 의향도 없는 고려(Precontemplation) 단계는 78명(8.4%)으로 나타났다.

< 표 3-34 > 조사 지역 응답자의 한식 적응 변화 단계

Please indicate the statement that most closely applies to your familiarity with Korean food.	빈도(%)			
	AR	PA	CA	Total
I have eaten Korean food, for longer than 6 months.	114 (34.5)	159 (49.4)	106 (37.9)	379 (40.7)
I have eaten Korean food, for less than 6 months.	74 (22.4)	125 (38.8)	102 (36.4)	301 (32.3)
I have never tried Korean food, but I am planning to try it within the next month.	27 (8.2)	15 (4.7)	16 (5.7)	58 (6.2)
I have never tried Korean food, but I am planning to start within the next 6 months.	72 (21.8)	12 (3.7)	30 (10.7)	114 (12.2)
I have never tried Korean food, and I don't plan to start in the next 6 months.	42 (12.7)	10 (3.1)	26 (9.3)	78 (8.4)
합계	329 (99.7)	321 (99.7)	280 (100.0)	930 (99.8)
시스템결측	1 (0.3)	1 (0.3)	-	2 (0.2)
합계	330 (100.0)	322 (100.0)	280 (100.0)	932 (100.0)

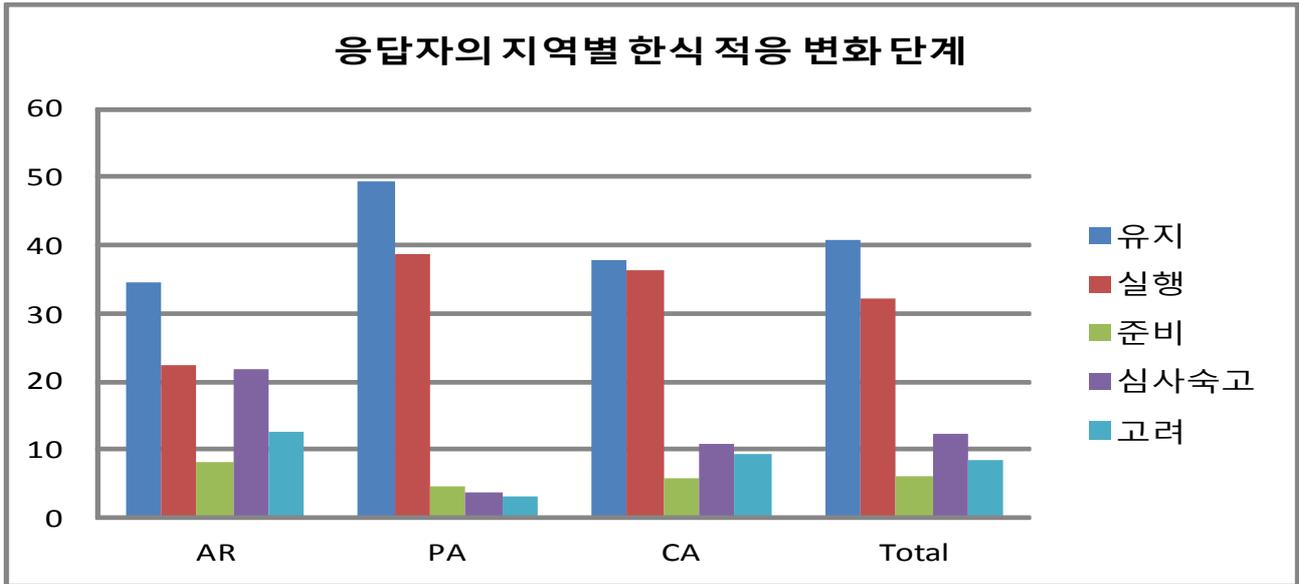
Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

미국 중부의 아칸소(AR) 지역의 330명 중 1명의 결측치를 제외한 329명의 한식 적응 변화 단계를 분석해 본 결과, 유지단계는 114명(34.5%)으로 가장 높은 수치를 기록하였으며, 실행단계는 74명(22.4%)으로 나타났다. 준비단계는 27명(8.2%)으로 가장 낮은 비율을 보였다. 심사숙고 단계는 72명(21.8%)으로 실행단계와 2명(0.2%) 차이로 비슷한 비율을 보였다. 고려단계는 42명(12.7%)으로 세 지역 중 가장 높은 수치를 기록하였다.

미국 동부의 펜실베이니아(PA) 지역은 322명 중 결측치 1명을 제외한 321명의 한식 적응 변화 단계 결과를 살펴보면, 159명(49.4%)이 유지단계로 과반수가 이미 한식을 먹어 봤으며 지속하려는 경향이 있음을 알 수 있다. 실행단계는 125명(38.8%)으로 이는 한식을 실질적으로 경험해 본 사람이 284명(88.2%)이라는 높은 수치를 의미한다. 준비, 심사숙고, 고려 단계는 각각 15명(4.7%), 12명(3.7%), 10명(3.1%)으로 낮은 비율을 차지하였으며, 유지, 실행 단계와 큰 차이가 있음을 알 수 있다.

미국 서부의 캘리포니아(CA) 지역은 응답자 280명을 대상으로 빈도수를 측정해본 결과 유지

단계가 106명(37.9%)으로 가장 높은 비율을 차지하였으나 실행단계가 102명(36.4%)으로 유의한 차이가 없음을 알 수 있다. 준비단계는 16명(5.7%)으로 가장 낮은 수치를 기록하였고, 심사숙고 단계와 고려단계는 각각 30명(10.7%), 26명(9.3%)으로 나타났다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-33 > 조사 지역 응답자의 한식 적응 변화 단계

#### 마. 조사 대상 지역의 초기 개혁 방법

아칸소(AR), 펜실베이니아(PA), 캘리포니아(CA) 3개 지역 조사 대상자들의 한식 초기 개혁 방법을 측정해보았다. 한식 초기 개혁 방법은 복수 응답이 가능하므로 비율로 분석해보았다.

< 표 3-35 > 조사 지역 응답자의 한식 초기 개혁 방법

Where have you had Korean food previously? Check ALL that apply.	빈도(%)			
	AR	PA	CA	Total
I ate at a restaurant	167 (40.8)	255 (54.1)	199 (51.7)	621 (49.1)
I was served in someone's house.	81 (19.8)	90 (19.1)	79 (20.5)	250 (19.8)
I purchased it in a store.	38 (9.3)	94 (20.0)	57 (14.8)	189 (14.9)
I have not had Korean food.	123 (30.1)	32 (6.8)	50 (13.0)	205 (16.2)
합계	409 (100.0)	471 (100.0)	385 (100.0)	1,265 (100.0)

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

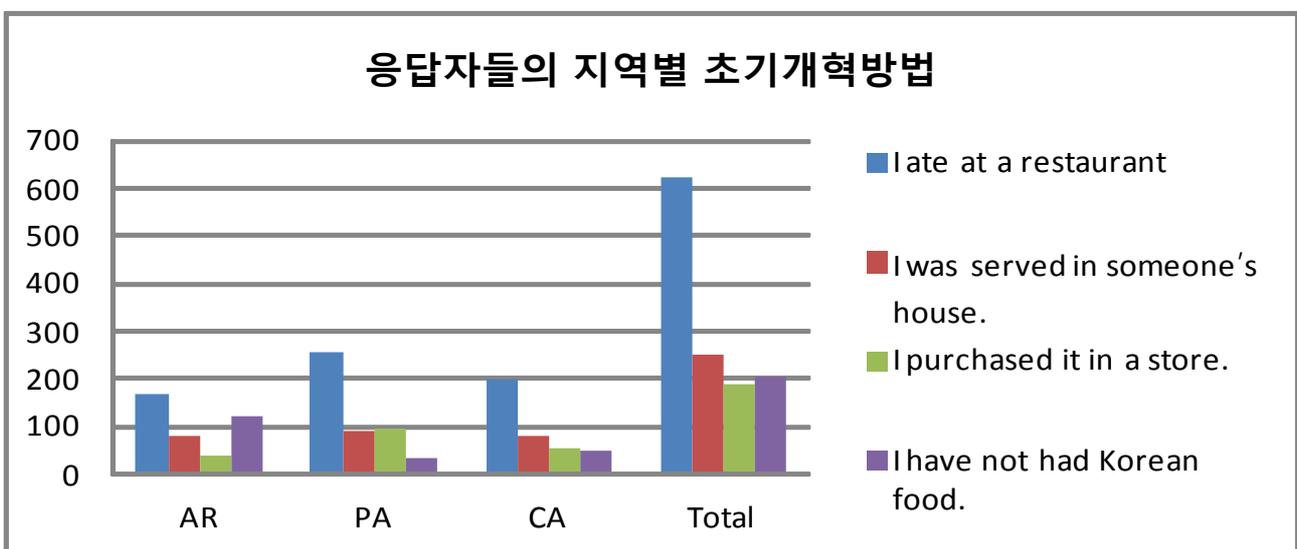
각 지역별 조사대상자들은 한식 초기 개혁 방법으로 '레스토랑에서 한식을 처음 접해왔다(I

ate at a restaurant)’라는 응답이 49.1%(621명)로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘누군가의 집에서 한식을 처음 접해봤다(I was served in someone’s house)가 19.8%(250명)를 차지하였다. ‘한식을 먹어 본 적이 없다(I have not had Korean food)는 16.2%(205명)로 나왔으며, ‘가게에서 직접 구매하였다(I purchased it in a store)’가 14.9%(189명)로 가장 낮은 비율을 보였다.

미국 중부의 아칸소(AR)의 경우 ‘레스토랑에서 한식을 처음 접해봤다(I ate at a restaurant)’가 40.8%(167명)로 가장 많았으며, ‘한식을 먹어 본 적이 없다(I have not had Korean food)’가 30.1%(123명)로 그 뒤를 이었다.

미국 동부의 펜실베이니아(PA)의 경우 ‘레스토랑에서 한식을 처음 접해봤다(I ate at a restaurant)’가 54.1%(255명)로 과반수이상인 응답하였다. 그 뒤로 ‘가게에서 직접 구매하였다(I purchased it in a store)’가 20.0%(94명), ‘누군가의 집에서 한식을 처음 접해봤다(I was served in someone’s house)’가 19.1%(90명)로 근소한 차이를 보였다. 마지막으로 ‘한식을 먹어 본 적이 없다(I have not had Korean food)’가 6.8%(32명)로 가장 낮은 비율로 나타났다.

미국 서부의 캘리포니아(CA)는 ‘레스토랑에서 한식을 처음 접해봤다(I ate at a restaurant)’라고 51.7%(199명)이 응답하여 가장 높은 비율을 차지하였으며, ‘가게에서 직접 구매하였다(I purchased it in a store)’가 20.5%(79명)로 두 번째로 높은 초기 개혁 방법을 차지하였다. 그 다음으로 ‘가게에서 직접 구매하였다(I purchased it in a store)’와 한식을 먹어 본 적이 없다(I have not had Korean food)’가 각각 14.8%(57명), 13.0%(50명)로 낮은 비율을 보였다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-34 > 조사 지역 응답자의 한식 초기 개혁 방법

바. 조사 대상 지역의 한식 커뮤니케이션 채널

(1) 한식 의견지도자

아칸소(AR), 펜실베이니아(PA), 캘리포니아(CA) 3개 지역 조사 대상자들이 한식을 선택하는데 가장 큰 영향력을 주는 의견지도자(Opinion leader)와 한식에 관한 정보를 얻기 위해 사용하는 커뮤니케이션 채널을 측정하기 위해 의견지도자 빈도와 커뮤니케이션 빈도를 복수응답이 가능하도록 설문지를 구성하여 측정하였다.

의견지도자의 경우 ‘친구 또는 친척(Friends or relatives)’가 35.7%(408개)로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 그 다음으로 ‘내 자신(Yourself)’가 근소한 차이로 두 번째로 높은 비율을 차지하였다. 세 번째와 네 번째로 높은 비율을 차지한 항목은 ‘동료(Colleagues)’와 ‘배우자/파트너/동지(Spouse/partner/companion)’로 각각 12.2%(140개)와 10.7%(122개)로 나타났으나 ‘친구 또는 친척(Friends or relatives)’, ‘내 자신(Yourself)’과 큰 격차가 있음을 알 수 있다.

< 표 3-36 > 조사 지역 응답자의 한식 의견지도자 빈도

Which of the following would have the most influence on your decision to eat at a Korean foods?(please check ONLY ONE)	빈도(%)			
	AR	PA	CA	Total
Yourself	143 (35.8)	126 (29.8)	109 (34.1)	378 (33.1)
Colleagues	50 (12.5)	42 (9.9)	48 (15.0)	140 (12.2)
Spouse/partner/companion	53 (13.3)	45 (10.6)	24 (7.5)	122 (10.7)
Children	7 (1.8)	6 (1.4)	6 (1.9)	19 (1.7)
Professional affiliation	6 (1.5)	14 (3.3)	6 (1.9)	26 (2.3)
Business organization	6 (1.5)	12 (2.8)	7 (2.2)	25 (2.2)
Friends or relatives	127 (31.8)	171 (40.4)	110 (34.4)	408 (35.7)
Other	8 (2.0)	7 (1.7)	10 (3.1)	25 (2.2)
합계	400 (100.0)	423 (100.0)	320 (100.0)	1143 (100.0)

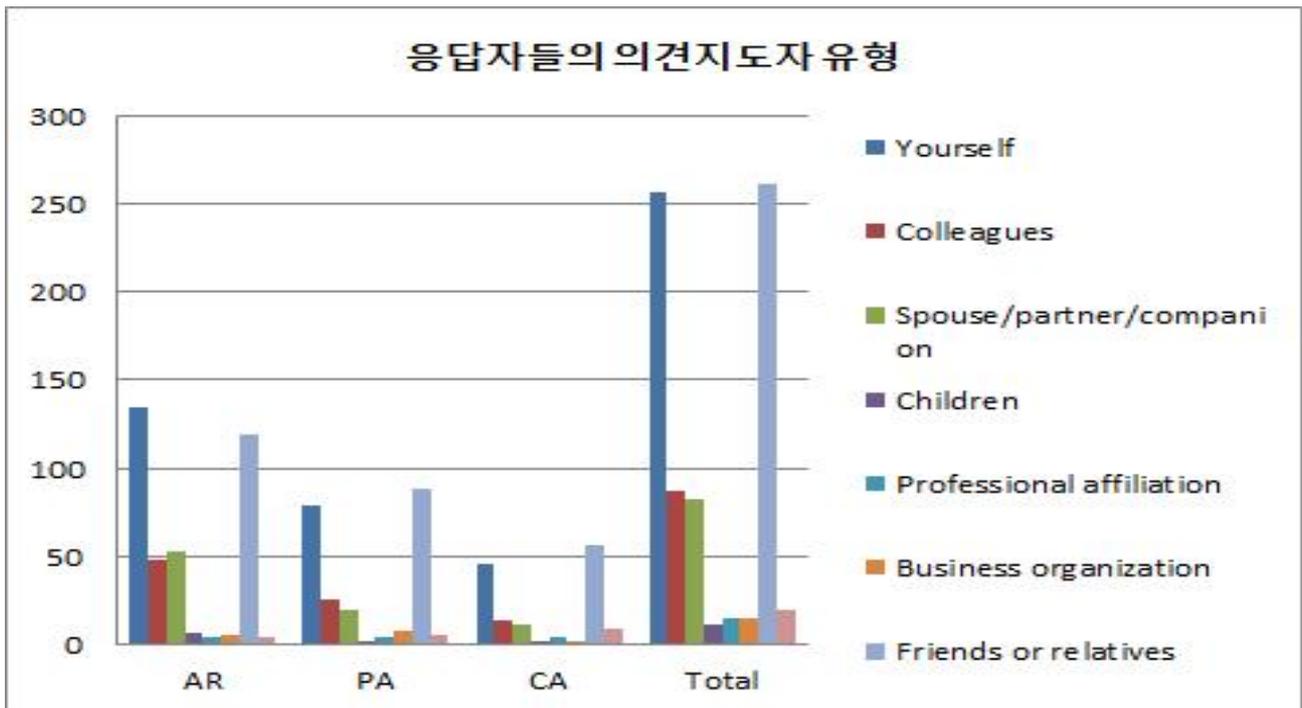
Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

미국 중부의 아칸소(AR)지역은 ‘내 자신(Yourself)’이 35.8%(143개)로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 4%(15개)의 근소한 차이로 ‘친구 또는 친척(Friends or relatives)’이 두 번째로 높은 비율을 차지하였다. 그 다음으로 높은 비율을 차지한 의견지도자는 13.3%(53개)를 차지한 ‘배우

자/파트너/동지(Spouse/partner/companion)'로 네 번째로 높은 '동료(Colleagues)'와 0.8%(3개) 밖에 차이 나지 않았다. 이는 3개 지역을 합산한 의견지도자 빈도와는 다른 결과이지만 순위 변동만 있을 뿐 항목은 같았다.

미국 동부의 펜실베이니아(PA) 지역의 경우 '친구 또는 친척(Friends or relatives)'이 40.4%(171개)로 의견지도자 중 가장 높은 비율을 차지하였으며, 두 번째는 '내 자신(Yourself)'이 29.8%(126개)로 나타났다. 세 번째와 네 번째로 높은 비율을 차지한 의견지도자 유형은 '배우자/파트너/동지(Spouse/partner/companion)'와 '동료(Colleagues)'로 각각 10.6%(45개), 49.9%(42개)로 차이는 거의 없었다. 펜실베이니아 또한 3개 지역을 합산한 의견지도자 빈도와 순위 약간 있을 뿐 첫 번째부터 네 번째까지 순위는 비슷하였다.

미국 서부의 캘리포니아(CA) 지역은 '친구 또는 친척(Friends or relatives)'이 34.4%(110개)로 가장 많은 비중을 차지하였으나 '내 자신(Yourself)'이 34.1%(109개)로 두 번째로 높은 비율을 차지한 항목과 0.3%(1표)밖에 차이 나지 않았다. 세 번째로 높은 비율을 차지한 유형은 '동료(Colleagues)'로 15.0%(48개)를 차지하였으며, '배우자/파트너/동지(Spouse/partner/companion)'가 7.5%(24개)로 3개 지역을 합산한 의견지도자 순위와 동일하였다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-35 > 응답자의 지역별 한식 의견지도자 유형

(2) 커뮤니케이션 채널

아칸소(AR), 펜실베이니아(PA), 캘리포니아(CA) 3개 지역의 응답자들이 한식에 관한 정보를 얻기 위해 사용하는 커뮤니케이션 채널 유형 결과를 살펴보았다. 3개의 지역 결과를 합산한 커뮤니케이션 채널 유형 결과, ‘구전(Word of mouth)’이 32.6%(542개)로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 두 번째로 ‘인터넷(Internet)’이 27.9%(463개)로 다른 커뮤니케이션에 비해 높은 비율을 차지하였다. 인터넷이 발달하였음에도 불구하고 구전이 가장 큰 영향력을 미치는 것을 알 수 있다. 세 번째로 많이 응답한 유형은 ‘나는 한식에 관한 정보를 찾아 본 적이 없다(I have not searched for Korean food)’로 10.3%(172개)를 차지하였으며 그 다음으로 많이 사용하는 커뮤니케이션 채널은 ‘레스토랑 가이드북(Restaurant guide)’으로 9.3%(155개)로 나타났다.

< 표 3-37 > 조사 지역 응답자의 한식 커뮤니케이션 채널 빈도

What kind of information sources did you use for when you try to search for information about Korean food? Check all that apply?	빈도(%)			
	AR	PA	CA	Total
Word of mouth	217 (35.7)	178 (29.9)	147 (32.0)	542 (32.6)
Restaurant guide	57 (9.4)	53 (8.9)	45 (9.8)	155 (9.3)
TV	39 (6.4)	34 (5.7)	34 (7.4)	107 (6.4)
Internet	156 (25.7)	189 (31.7)	118 (25.7)	463 (27.9)
Magazines	16 (2.6)	27 (4.5)	14 (3.1)	57 (3.4)
Yellow Pages	10 (1.6)	16 (2.7)	17 (3.7)	43 (2.6)
Local newspapers	13 (2.1)	24 (4.0)	10 (2.2)	47 (2.8)
Radio	7 (1.2)	3 (0.5)	1 (0.2)	11 (0.7)
Exterior display	19 (3.1)	31 (5.2)	15 (3.3)	65 (3.9)
I have not searched for Korean food	73 (12.0)	41 (6.9)	58 (12.6)	172 (10.3)
합계	607 (100.0)	596 (100.0)	459 (100.0)	1,662 (100.0)

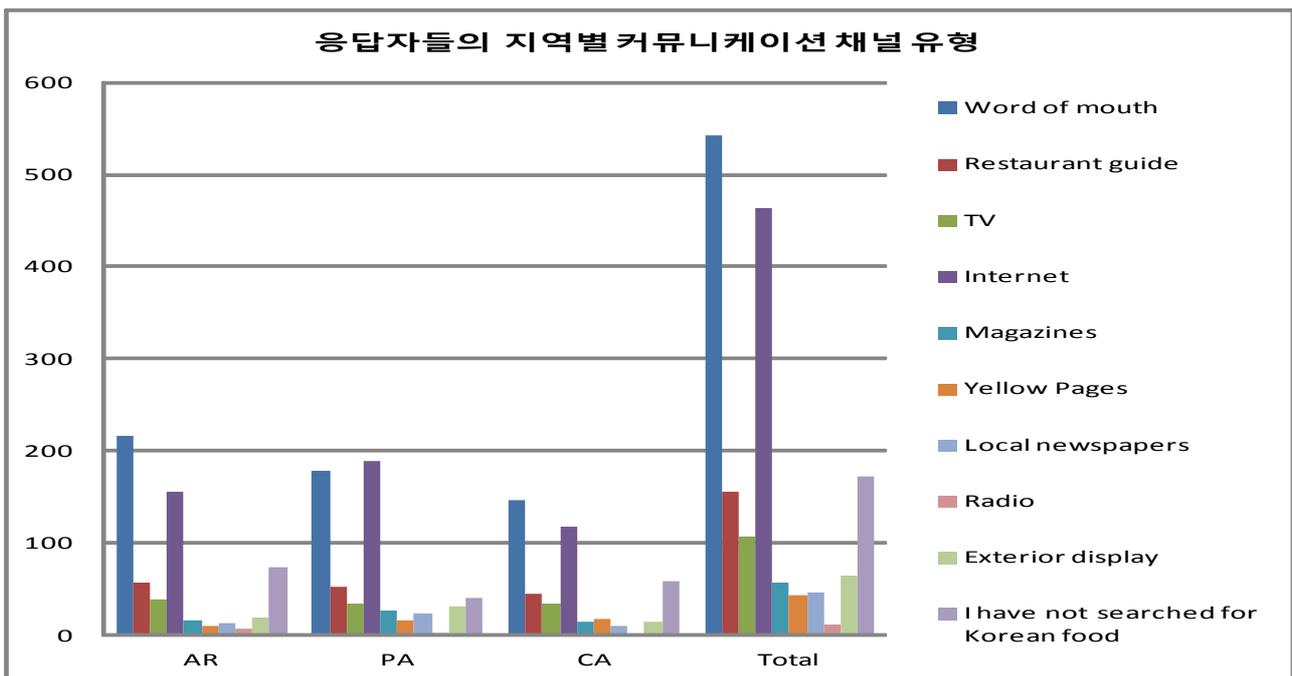
Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

미국 중부의 아칸소(AR) 주의 조사대상자들이 한식에 관한 정보를 얻기 위해 가장 많이 사용하는 커뮤니케이션 채널은 ‘구전(Word of mouth)’으로 35.7%(217개)를 차지하였으며, 그 다음으로 ‘인터넷(Internet)’이 25.7%(156개)를 차지하였다. 구전과 인터넷 사용이 61.4%(373개)로 다른 커뮤니케이션 채널에 비해 응답자들의 사용 빈도가 매우 높은 것을 알 수 있다. 그 다음으로 ‘나는 한식에 관한 정보를 찾아 본 적이 없다(I have not searched for Korean food)’가

12.0%(73개)를 차지하였으며, ‘레스토랑 가이드북(Restaurant guide)’이 9.4%(54개)로 구전과 인터넷에 비해 낮은 비율이지만 다른 커뮤니케이션 채널에 비해 높은 비율을 차지하는 것을 알 수 있다.

미국 동부의 펜실베이니아(PA) 주의 조사대상자들은 다른 두 지역과는 다르게 ‘인터넷(Internet)’이 31.7%(189개)로 가장 많이 사용하는 커뮤니케이션 채널로 나타났다. 그 다음으로 1.8%(11개)의 근소한 차이로 ‘구전(Word of mouth)’이 두 번째로 많이 사용하는 커뮤니케이션 채널이라는 결과가 나왔다. 그 다음으로 ‘레스토랑 가이드북(Restaurant guide)’과 ‘나는 한식에 관한 정보를 찾아 본 적이 없다(I have not searched for Korean food)’가 각각 8.9%(53개), 6.9%(41개)로 인터넷과 구전에 비해 낮은 비율을 차지하는 것을 알 수 있다.

미국 서부의 캘리포니아(CA) 주의 조사대상자들은 32.0%(147개)로 ‘구전(Word of mouth)’을 통해 한식에 관한 정보를 가장 많이 얻는다고 응답하였으며, 그 다음으로 25.7%(118개)로 ‘인터넷(Internet)’을 가장 많이 사용한다고 응답하였다. 세 번째로 높은 수치를 나타낸 ‘나는 한식에 관한 정보를 찾아 본 적이 없다(I have not searched for Korean food)’가 12.6%(58개), 그 다음으로 ‘레스토랑 가이드북(Restaurant guide)’이 9.8%(45개)로 아칸소(AR)지역과 동일한 결과를 보였다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-36 > 조사 지역 응답자의 지역별 한식 커뮤니케이션 채널 유형

## 2. 개발된 한식 확산 단계 평가 지표

선행연구로부터 정립한 한식 확산 6단계에 대한 신뢰도분석 결과는 <표3-36>과 같다. 크론바하 알파는 0.7 이상이면 높은 편이고, 0.9가 넘으면 매우 높다고 판단하게 되는데 0.7 미만인 부분이 10개가 나타났다. 그러므로 이 부분은 위의 설문 문항 구성이 잘못되었을 가능성이 있다는 것을 의미한다. 여기서는 Total이 가장 신뢰도가 양호한 것으로 보인다. 단계별 성과 지표의 평균값을 AR(Arkansas), PA(Pennsylvania), CA(California)로 지역별로 살펴보았다.

< 표 3-38 > 조사 지역별 한식 확산 단계별 성과 지표의 평균

Stages of the innovation decision process	AR	CA	PA	Total
<b>I .Awareness</b>				
I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap, etc.	2.84	3.99	4.57	3.78
I have eaten Korean food	4.21	4.50	5.32	4.68
I have learned how to cook Korean food.	1.73	2.60	2.79	2.36
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	0.740	0.697	0.612	0.720
<b>II .Interest</b>				
I am interested in Korean food.	5.06	4.33	4.99	4.82
I have talked to people about Korean food.	3.52	3.94	4.68	4.05
I have looked up information about Korean food.	2.64	3.19	3.81	3.21
I think Korean food is better than other types of ethnic food.	3.23	3.49	3.60	3.44
There are places around me where I can experience Korean food.	3.52	4.41	4.85	4.25
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	0.776	0.867	0.755	0.805
<b>III.Evaluation</b>				
I am in the process of acquiring information about Korean food.	2.14	3.15	3.37	2.87
I have looked up restaurants that serve Korean food.	2.70	3.60	4.08	3.45
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	0.769	0.705	0.589	0.724
<b>IV.Trial</b>				
I am studying Korean food.	1.45	2.31	2.17	1.96
I can cook Korean food.	1.65	2.48	2.31	2.13
I enjoy eating Korean food.	4.27	4.03	4.72	4.29
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	0.587	0.676	0.509	0.606
<b>V .Adoption</b>				
I think Korean food has been beneficial for my health.	3.67	3.79	4.04	3.84
There is a Korean dish that I enjoy eating.	3.56	4.00	4.69	4.08
I will recommend Korean food to my acquaintances.	3.65	4.05	4.51	4.07
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	0.846	0.865	0.780	0.839
<b>VI.Integration</b>				
I always try new Korean dishes.	3.25	3.41	3.86	3.51
I cook Korean food that best fits my taste.	2.10	2.63	2.66	2.45
<b>Chronbach's <math>\alpha</math></b>	0.633	0.702	0.613	0.652

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

미국 중부의 아칸소(AR) 지역의 경우, 흥미(Interest)단계에서 ‘나는 한식에 흥미가 있다.(I am interested in Korean food)’라는 항목이 5.06으로 가장 높은 수치를 보였으며, 그 다음으로 실행(Trial)단계에서 ‘나는 한식을 즐겨 먹는다.(I enjoy eating Korean food)’라는 항목이 4.27 두 번째로 높은 수치를 보였다. 이에 반면, 실행(Trial)단계의 나는 한식을 배우는 중이다.(I am studying Korean food)’ 항목이 1.45로 가장 낮은 수치를 보였으며, 같은 단계의 ‘나는 한식을 요리 할 수 있다.(I can cook Korean food)’ 항목이 1.65로 두 번째로 낮은 수치를 나타냈다.

미국 동부의 캘리포니아(PA) 지역의 경우, 인지(Awareness)단계의 ‘나는 한식을 먹어본 적이 있다(I have eaten Korean food)’항목이 5.32로 가장 높은 수치를 보였으며, 흥미(Interest)단계에 ‘나는 한식에 흥미가 있다(I am interested in Korean food)’가 4.99로 두 번째로 높은 수치를 보였다. 이와 반대로 실행(Trial)단계의 ‘나는 한식을 공부하고 있다(I am studying Korean food)’항목과 ‘나는 한식을 요리할 수 있다(I can cook Korean food)’항목이 각각 2.17, 2.31로 가장 낮은 수치와 두 번째로 낮은 수치를 나타냈다.

미국 서부의 캘리포니아(CA) 지역의 경우, 인지(Awareness)단계의 ‘나는 한식을 먹어본 적이 있다(I have eaten Korean food)’ 항목이 4.50으로 가장 높은 수치를 보였으며, 흥미(Interest)단계의 ‘한식을 경험할 수 있는 장소가 주변에 있다(There are places around me where I can experience Korean food)’항목이 4.41로 가장 높은 수치와 0.09의 근소한 차이로 두 번째로 높은 수치를 보였다. 이와 반대로 실행(Trial)단계의 ‘나는 한식을 공부하고 있다(I am studying Korean food)’ 항목이 2.31로 가장 낮은 수치를 보였으며, 두 번째로 낮은 수치 역시 실행(Trial)단계의 ‘나는 한식을 요리할 수 있다(I can cook Korean food)’ 항목이 2.48로 가장 낮은 수치와 0.17의 근소한 차이를 보였다.

이를 종합해보면 인지(Awareness)단계의 ‘나는 한식을 먹어본 적이 있다(I have eaten Korean food)’ 항목이 CA지역과 PA지역에서 가장 높은 수치를 기록하였으며, 흥미(Interest)단계의 ‘나는 한식에 흥미가 있다(I am interested in Korean food)’ 항목이 AR지역에서는 가장 높은 수치를, PA지역에서 두 번째로 높은 수치를 보였다. 한식 확산에 있어 항목은 지역별로 약간의 차이가 있었으나 단계에서는 1,2위 순위에서 인지단계가 2번, 흥미단계가 3번의 빈도를 보이면서 총 6개의 빈도 중 5개의 빈도를 차지하였다. 이는 한식 확산에 흥미와 인지단계가 중요한 단계임을 의미한다.

단계별 기술통계량에 따르면 지역별로 유의미한 차이는 있었으나, 아칸소(AR)와 흥미가 가

장 높게 캘리포니아(CA)는 흥미가 두 번째로 높은 것을 알 수 있었으며, CA의 경우 유지가 가장 높게 나타났고, AR과 PA지역에서도 유지가 두 번째로 높게 나타나, 한식의 확산 단계에 있어서 흥미와 유지가 중요한 단계임을 확인 할 수 있었다. 표본 집단의 단계별 성과 지표의 평균값은 <표3-39>과 같다.

< 표 3-39 > 한식 확산 적용 단계의 기술통계량

	평균값		
	AR(330)	PA(322)	CA(280)
인 지	2.93	4.23	3.71
흥 미	3.59	4.39	3.88
결 정	2.42	3.73	3.37
실 행	2.46	3.06	2.94
유 지	3.63	4.41	3.95
재발견	2.67	3.25	3.02

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

한식의 확산 단계에서 재발견이 가장 낮게 나타났으면, 이는 세 지역 모두 공통적으로 나타났음을 확인할 수 있었다.

### 가. 개발된 한식 확산 단계 평가 지표의 지역별 요인 분석

다음은 지표의 타당성 확립을 위하여 한식 확산 단계를 요인 분석을 통하여 새롭게 정립한 지역별 한식 확산 단계에 대한 결과이다.

#### (1) 아칸소(AR) 주

아칸소(AR) 주는 위와 같이 61.6%의 설명력을 갖는 2개의 대표 요인으로 구분되었으며, 두 요인 안에서 요인1이 약 63%를 요인2가 약 37%를 공헌하고 있는 것으로 나타났다. 또한 이때의 크론바하 알파는 AR의 기존 6단계에 대한 크론바하 알파 값과는 다르게 0.9와 0.86으로 매우 높은 편으로 나타났다.

또한 아칸소(AR)이 특징으로 갖고 있는 변수는 요인1에서 재발견 단계의 'I always try new Korean dishes'과 흥미단계의 'I think Korean food is better than other types of ethnic food'이며 요인2에서는 다른 지역과 다르게 실행단계의 'I am in the process of acquiring information about Korean food'가 존재하지 않는다.

< 표 3-40 > 아칸소 주의 단계별 한식 확산 문항에 대한 신뢰도 분석 및 타당도 검증(설명력=61.6%)

Arkansas(AR)		Chronbach's $\alpha$	Contribution
<b>인지, 흥미, 유지</b>			
Q2_13	I enjoy eating Korean food.		
Q2_16	I will recommend Korean food to my acquaintances.		
Q2_15	There is a Korean dish that I enjoy eating.		
Q2_2	I have eaten Korean food		
Q2_4	I am interested in Korean food.	0.909	0.626
Q2_5	I have talked to people about Korean food.		
Q2_17	I always try new Korean dishes.		
Q2_14	I think Korean food has been beneficial for my health.		
Q2_7	I think Korean food is better than other types of ethnic food.		
Q2_8	There are places around me where I can experience Korean food.		
<b>결정, 실행, 재발견</b>			
Q2_12	I can cook Korean food.		
Q2_3	I have learned how to cook Korean food.	0.858	0.374
Q2_11	I am studying Korean food.		
Q2_18	I cook Korean food that best fits my taste.		
Final Commuality Estimates: Total = 8.630571			

AR지역의 한식 확산 단계별 변수인 ‘인지흥미평가’와 ‘결정실행재발견’ 간에는 피어슨의 상관 계수  $r = 0.518$ 으로 제시 되었다.

< 표 3-41 > 요인 분석 결과에 따른 AR지역 한식 확산 단계별 상관계수

		인지흥미유지	결정실행재발견
인지흥미유지	Pearson상관계수	1	.518
	N	329	329
결정실행재발견	Pearson상관계수	.518	1
	N	329	329

(2) 캘리포니아(CA) 주

캘리포니아(CA)는 위와 같이 66.2%의 설명력을 갖는 2개의 대표 요인으로 구분되었으며, 두 요인 안에서 요인1이 약 62%를 요인2가 약 38%를 공헌하고 있는 것으로 나타났다. 또한 이때의 크론바하 알파는 캘리포니아(CA)의 기존 6단계에 대한 크론바하 알파 값과는 다르게 0.93과 0.86으로 매우 높은 편으로 나타났으며, 캘리포니아(CA)가 특징적으로 갖고 있는 변수는 인지 단계의 (I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap, etc.)이다.

< 표 3-42 > 캘리포니아주의 단계별 한식 확산 문항에 대한 신뢰도 분석 및 타당도 검증 (설명력=66.2%)

California(CA)		Chronbach's $\alpha$	Contribution
<b>인지, 흥미, 유지</b>			
Q2_15	There is a Korean dish that I enjoy eating.	0.929	0.618
Q2_16	I will recommend Korean food to my acquaintances.		
Q2_13	I enjoy eating Korean food.		
Q2_8	There are places around me where I can experience Korean food.		
Q2_2	I have eaten Korean food		
Q2_5	I have talked to people about Korean food.		
Q2_4	I am interested in Korean food.		
Q2_1	I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap, etc.		
Q2_14	I think Korean food has been beneficial for my health.		
<b>결정, 실행, 재발견</b>			
Q2_11	I am studying Korean food.	0.862	0.382
Q2_12	I can cook Korean food.		
Q2_18	I cook Korean food that best fits my taste.		
Q2_3	I have learned how to cook Korean food.		
Q2_9	I am in the process of acquiring information about Korean food.		
Final Commuality Estimates: Total = 9.269686			

CA지역의 한식 확산 단계별 변수인 ‘인지흥미평가’와 ‘결정실행재발견’ 간에는 피어슨의 상관 계수  $r = 0.486$ 으로 제시 되었다.

< 표 3-43 > 요인 분석 결과에 따른 CA지역 한식 확산 단계별 상관계수

		인지흥미유지	결정실행재발견
인지흥미유지	Pearson상관계수	1	.486
	N	280	280
결정실행재발견	Pearson상관계수	.486	1
	N	280	280

(3) 펜실베니아(PA) 주

펜실베니아(PA)는 위와 같이 58.8%의 설명력을 갖는 2개의 대표요인으로 구분되었으며, 두 요인 안에서 요인1이 약 60%를 요인2가 약 40%를 공헌하고 있는 것으로 나타났다. 또한 이때의 크론바하 알파는 펜실베니아(PA)의 기존 6단계에 대한 크론바하 알파 값과는 다르게 0.9와 0.86으로 매우 높은 편으로 나타났으며 PA가 특징적으로 갖고 있는 변수는 인지단계의 (I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap, etc.)과 결정단계의 (I have looked up restaurants that serve Korean food.)로 나타났다.

< 표 3-44 > 펜실베니아주의 단계별 한식 확산 문항에 대한 신뢰도 분석 및 타당도 검증(설명력=58.8%)

Pennsylvania(PA)		Chronbach's α	Contribution
<b>인지, 흥미, 유지</b>			
Q2_15	There is a Korean dish that I enjoy eating.	0.903	0.598
Q2_13	I enjoy eating Korean food.		
Q2_16	I will recommend Korean food to my acquaintances.		
Q2_2	I have eaten Korean food		
Q2_5	I have talked to people about Korean food.		
Q2_4	I am interested in Korean food.		
Q2_10	I have looked up restaurants that serve Korean food.		
Q2_1	I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap, etc.		
Q2_8	There are places around me where I can experience Korean food.		
Q2_14	I think Korean food has been beneficial for my health.		
<b>결정, 실행, 재발견</b>			
Q2_12	I can cook Korean food.	0.857	0.402
Q2_11	I am studying Korean food.		
Q2_18	I cook Korean food that best fits my taste.		
Q2_3	I have learned how to cook Korean food.		
Q2_9	I am in the process of acquiring information about Korean food.		
Final Communality Estimates: Total = 8.815637			

PA지역의 한식 확산 단계별 변수인 ‘인지흥미평가’와 ‘결정실행재발견’ 간에는 피어슨의 상관 계수  $r = 0.385$ 으로 제시 되었다.

< 표 3-45 > 요인 분석 결과에 따른 PA지역 한식 확산 단계별 상관계수

		인지흥미유지	결정실행재발견
인지흥미유지	Pearson상관계수	1	.385
	N	321	321
결정실행재발견	Pearson상관계수	.385	1
	N	321	321

(4) 미국 조사 지역 전체

Total은 위와 같이 63.7%의 설명력을 갖는 2개의 대표 요인으로 구분되었으며, 두 요인 안에서 요인1이 약 58%를 요인2가 약 42%를 공헌하고 있는 것으로 나타났다. 또한 이 때의 크론바하 알파는 AR의 기존 6단계에 대한 크론바하 알파 값과는 다르게 0.9와 0.87로 매우 높은 편으로 나타났다.

< 표 3-46 > 미국조사지역의 단계별 한식 확산 문항에 대한 신뢰도 분석 및 타당도 검증(설명력=63.7%)

Total		Chronbach's $\alpha$	Contribution
<b>인지, 흥미, 유지</b>			
Q2_13	I enjoy eating Korean food.	0.904	0.582
Q2_15	There is a Korean dish that I enjoy eating.		
Q2_16	I will recommend Korean food to my acquaintances.		
Q2_2	I have eaten Korean food		
Q2_5	I have talked to people about Korean food.		
Q2_4	I am interested in Korean food.		
Q2_14	I think Korean food has been beneficial for my health.		
Q2_8	There are places around me where I can experience Korean food.		
<b>결정, 실행, 재발견</b>			
Q2_12	I can cook Korean food.	0.867	0.418
Q2_11	I am studying Korean food.		
Q2_3	I have learned how to cook Korean food.		
Q2_18	I cook Korean food that best fits my taste.		
Q2_9	I am in the process of acquiring information about Korean food.		
Final Communality Estimates: Total = 8.284654			

조사된 미국 지역의 한식 확산 단계별 변수인 ‘인지흥미평가’와 ‘결정실행재발견’ 간에는 피어슨의 상관 계수  $r = 0.470$ 으로 제시 되었다.

< 표 3-47 > 요인 분석 결과에 따른 미국 조사 지역의 한식 확산 단계별 상관계수

		인지흥미유지	결정실행재발견
인지흥미유지	Pearson상관계수	1	.470
	N	930	930
결정실행재발견	Pearson상관계수	.470	1
	N	930	930

요인 분석결과, 한식 확산 단계는 ‘인지흥미유지’, ‘결정실행재발견’의 2개의 요인으로 분류되었고, 모든 지역의 한식 확산 단계의 크론바하 알파 0.8 이상으로 신뢰도가 높게 나타나 한식 확산의 단계를 6단계가 아닌 2단계로 분류하여야 한다고 판단된다.

### 3. 개발된 한식 확산 단계 평가 지표 지수

#### 가. 개발된 한식 확산 단계 평가 지표 지수 개발을 위한 가중치 선정

가중치 선정을 위한 이론적 단계는 개별 지표를 선별한 후 이를 표준화하여 표준화된 개별 지표들이 차지하는 비중을 말하며, 가중치를 주지 않은 단순 합산의 경우에도 동일한 가중치가 적용되었다고 볼 수 있다.

동일한 가중치를 주지 않을 경우 가중치 선정을 위하여 통계적 방법이나 여타 다른 방법을 사용하여 가중치를 주는데, 일반적으로는 통계적 방법인 주성분 분석/요인분석, 자료포락 분석을 적용한 Benefit of Doubt(BOD), 전문가들의 자신의 주관적 판단에 의하여 예산을 할당 배분하는 예산할당과정, 일반인들의 관심영역에 초점을 두고 가중치를 산출하는 대중의견조사, 개별지표들을 짝(pair)을 이루어 이들 두 개의 지표간의 중요도를 체크하여 순위를 정하는 분석적 위계과정(Analytic Hierarchy process, AHP)방법, 전문가들의 의견조사결과 유추된 순위들에 대한 분해적 방법의 다중데이터 분석(Conjoint Analysis)방법이 있다.

그러나 실제 지수 산출에서는 일반적으로 동일한 가중치를 적용하며, 형평성이 다른 특별한 경우 지수의 목적에 맞게 가중치를 산출하여 적용한다.

이에 우리는 한식 확산이 한식당 운영여부나 지역적 특징, 수용자별로 다르게 나타날 것이라는 가정 아래에 가중치를 산출하기 위하여 다양한 방법으로 접근하기로 하였다.

한식의 확산 지수를 단계별 특성에 따라 합산한 결과로 수치화 할 수 있으며 가중치는 특정한 한 분야의 사용량, 성호도, 중요도, 의존도, 신뢰도 등을 활용하여 표현 할 수 있다.

그러기에 먼저 동일한 가중치가 부과된 지표간의 합산만으로 한식 확산 지수를 산출하였고, 두 번째로는 응답자가 고정총합 척도 법에 의하여 중요도에 따른 단계별 평균값을 구하여 가중치를 산정하여 한식 확산 지수를 도출하였으며, 1차 전문가 집단 회의에서 전문가 집단의 예산 할당 과정과 같이 응답자의 질문과 동일한 고정 총합 척도 법을 제시하여 그 값을 토대로 가중치를 부여하였고, 2차 전문가 집단 회의에서는 응답자의 결과를 보고 토론 한 뒤 다시 고정총합 척도 법을 활용하여 지표간의 가중치를 산출하였다.

### (1) Raw Data를 활용한 가중치 한식 확산 지수

지표의 단계에 어떠한 가중치를 부여하지 않고 오직 문항에 따른 합산된 가격만으로 한식의 확산 지수를 구하도록 하였다. 이는 가중치를 주지 않은 것과 동일하게 보일 수도 있으나, 단계에 따라 동일한 가중치가 적용되고 있다는 것을 지각하여야 한다.

먼저, 단계별 한식의 개혁 결정 단계에 따른 단계별 평균값은 <표3-48>과 같다.

< 표 3-48 > 지역별 한식 확산 적응 단계별 평균값

	평균값			
	AR(330)	PA(322)	CA(280)	Total(932)
인 지	2.9331	4.2267	3.7125	3.6149
흥 미	3.5942	4.3873	3.8764	3.9530
결 정	2.4212	3.7252	3.3679	3.1561
실 행	2.4556	3.0631	2.9387	2.8106
유 지	3.6302	4.4053	3.9476	3.9937
재발견	2.6723	3.2500	3.0196	2.9769
합계	17.7066	23.0576	20.8627	20.5052

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

<표3-48>의 지역별 한식 확산 적응 단계별 평균값을 합산하여 100점으로 환산하면 단계별 중요도를 동일하게 적용시킨 한식의 확산 지수를 산출할 수 있으며 이 값을 소수점 첫째자리로 정리하면 아칸소(AR)지역 42.2점, 펜실베니아(PA)지역 54.9점, 캘리포니아(CA)지역 49.7점으로 지역별 한식의 확산 지수를 구할 수 있다.

이에 따라 Raw Data의 한식 확산 지수에서 펜실베이니아(PA)가 54.9점으로 가장 높은 지수를 나타냈으며, 그 다음은 캘리포니아(CA) 지역 49.7점, 아칸소(AR) 지역은 42.2점 순으로 나타났다.

## (2) 대중의견조사법을 반영한 가중치 산정

대중의견 조사 방법은 일반인들의 관심영역에 초점을 두고 가중치를 산출하는 것인데, 지표에 따른 단계별 중요도를 총합 100점을 기준으로 할당하여 가중치를 구하는 고정 총합 척도 법을 사용하여 대중이 중요하다 생각 하는 단계에 더 많은 점수를 부가 하는 것이다.

고정 총합 척도 법을 활용하여 구한 단계별 중요도에 따른 가중치는 다음과 <표3-49>와 같다.

< 표 3-49 > 수용자의 한식 확산 적용 단계별 가중치에 따른 기술 통계량

	평균값			
	AR(330)	PA(322)	CA(280)	Total(932)
인 지	0.39	0.28	0.36	0.34
흥 미	0.20	0.20	0.19	0.20
결 정	0.12	0.13	0.14	0.13
실 행	0.14	0.17	0.13	0.15
유 지	0.07	0.12	0.10	0.10
재발견	0.08	0.09	0.08	0.09

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

지역에 따라 유의미한 차이가 나타났으나 집단 간 차이를 비교 분석하기 위하여 전체 평균값을 사용하기로 하였으며, 응답자의 단계별 중요도에 따른 평균값을 이용한 가중치는 인지(0.34), 흥미(0.20), 실행(0.15), 결정(0.13), 유지(0.10), 재발견(0.09)순으로 나타났다.

이 값은 원 데이터 값인 단계별 평균값을 바탕으로 단계에 따른 응답자 가중치를 부여한 뒤 100점으로 환산하여 소수점 첫째자리로 정리하면 미국 중부의 아칸소(AR)지역 42.43점, 미국 동부의 펜실베이니아(PA) 지역 56.45점, 미국 서부의 캘리포니아(CA)지역 50.67점으로 지역별 한식의 확산 지수를 구할 수 있으며, Raw data의 결과와 같이 한식 확산 지수는 펜실베이니아(PA) 지역이 56.45점으로 가장 높은 지수를 나타냈으며, 그 다음은 캘리포니아(CA)지역 50.67점, 아칸소(AR)지역은 42.43점 순으로 나타났다.

한식 확산 지수의 순위에는 차이가 나지 않았으나 한식 확산 지수를 비교하여 보면 펜실베니아(PA)지역의 경우 1.5점, 캘리포니아(CA) 지역의 경우 1.0점, 아칸소(AR) 지역의 경우 0.23점의 유의미한 차이 값을 나타냈다.

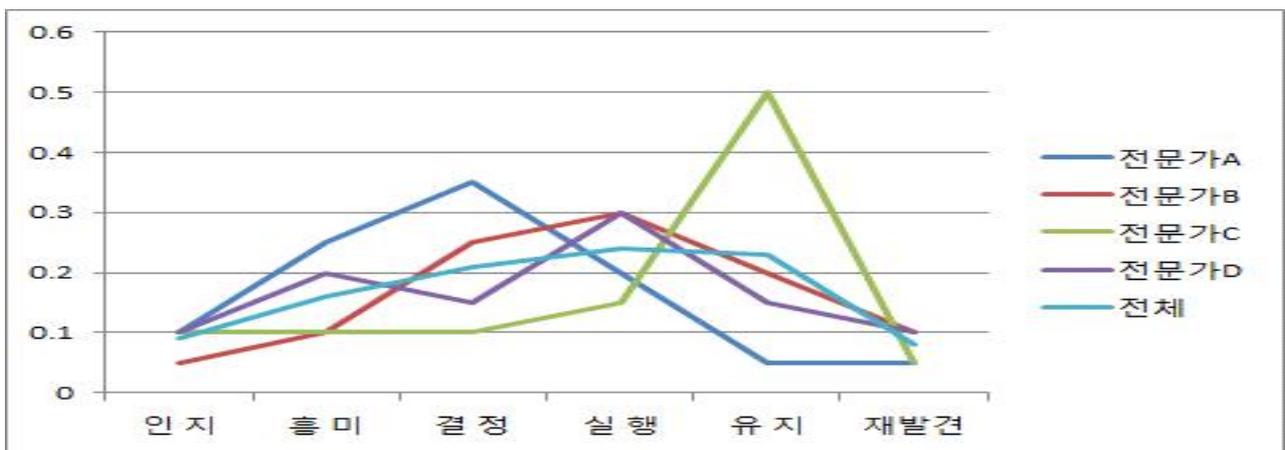
### (3) 전문가 집단 대상의 예산 할당 배분 법 가중치 선정

전문가들은 자신의 경험과 주관적 판단에 근거하여 선정된 지표에 대하여 100점의 값을 할당하여 배분한 뒤 그 값들의 평균값을 사용하여 가중치를 선정하였다.

최종 지표 개발을 위한 전문가 집단의 브레인스토밍은 명목그룹기법을 활용하여 2차레에 걸쳐 이루어졌으며 첫 번째 집단 토의 결과는 <표3-50>과 같다.

< 표 3-50 > 전문가 집단의 한식 확산 단계별 중요도 1차토의 결과

	전문가A	전문가B	전문가C	전문가D	전체
인 지	0.10	0.05	0.10	0.10	0.09
흥 미	0.25	0.10	0.10	0.20	0.16
결 정	0.35	0.25	0.10	0.15	0.21
실 행	0.20	0.30	0.15	0.30	0.24
유 지	0.05	0.20	0.50	0.15	0.23
재발견	0.05	0.10	0.05	0.10	0.08



Note: 전문가 A와 전문가 B = 학계연구자; 전문가 C = 사업경영전문가; 전문가 D = 정부공무원

< 그림 3-37 > 전문가 집단의 한식 확산 단계별 중요도 1차토의 결과

전문가 집단의 1차토의 결과 전문가 집단은 한식 확산의 단계별 중요도에서 실행이 가장 중요하며 그 다음은 유지인 것으로 나타났다.

다음은 명목그룹기법을 활용한 전문가 집단의 2차토의 결과이다. 2차 조사결과는 조사대상자의 응답 결과를 분석한 뒤 이루어 졌으며, 조사대상자의 결과를 보여 준 뒤 전문가 집단의 의견을 시행하였으며, 그 결과는 <표3-51>와 같다.

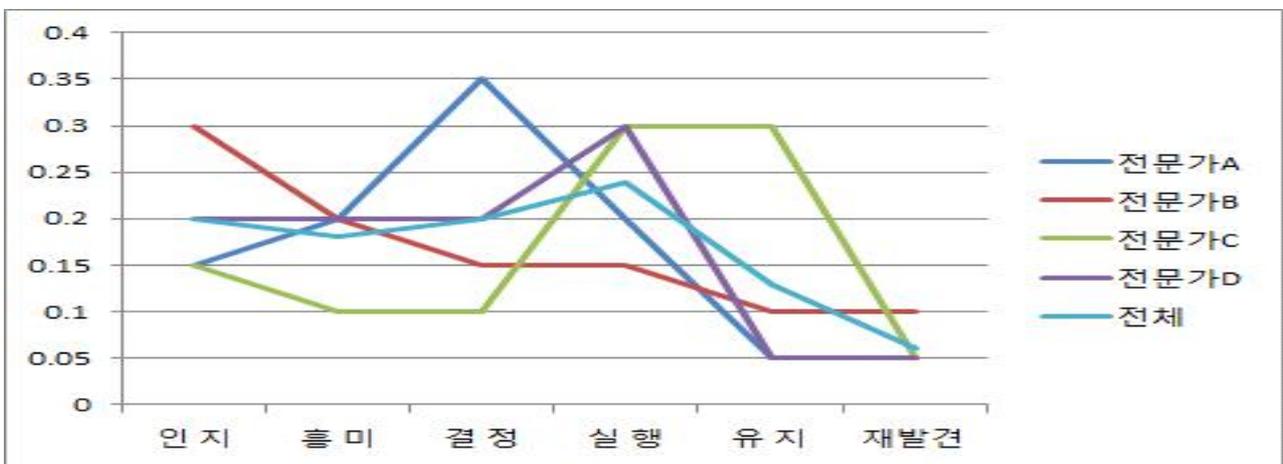
< 표 3-51 > 전문가 집단의 한식 확산 단계별 중요도 2차토의 결과

	전문가A	전문가B	전문가C	전문가D	전체
인 지	0.15	0.30	0.15	0.20	0.20
흥 미	0.20	0.20	0.10	0.20	0.18
결 정	0.35	0.15	0.10	0.20	0.20
실 행	0.20	0.15	0.30	0.30	0.24
유 지	0.05	0.10	0.30	0.05	0.13
재발견	0.05	0.10	0.05	0.05	0.06

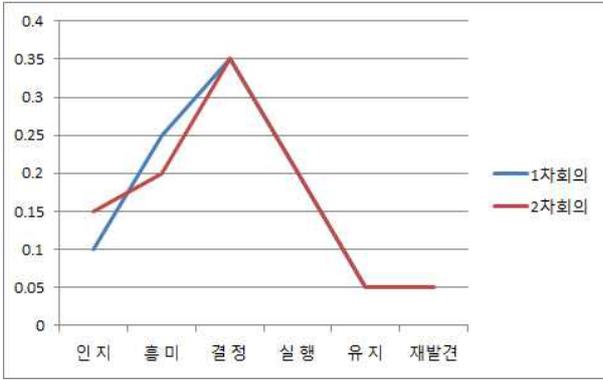
Note: 전문가 A와 전문가 B = 학계연구자; 전문가 C = 사업경영전문가; 전문가 D = 정부공무원

전문가 집단의 경우 학, 정, 산에 따른 유의미한 차이가 존재하였고, 그 결과는 집단 간의 상이한 값이 존재함으로 집단별 가중치를 비교해 보았으며, 집단별 한식의 확산 단계 가중치 평균은 인지 단계에서 가장 큰 차이를 보였다.

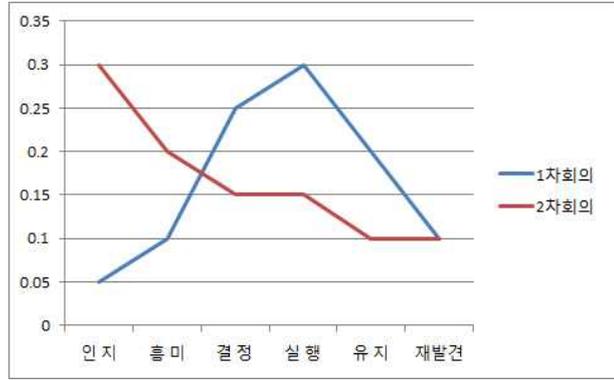
전문가 집단의 1차 회의 결과 가중치는 실행(0.24), 유지(0.23), 결정(0.21), 흥미(0.16), 인지(0.09), 재발견(0.08)로 순으로 나타났으나, 응답자들의 결과를 가지고 2차 회의를 실시한 결과 실행(0.24), 인지(0.20), 결정(0.20), 흥미(0.18), 유지(0.13), 재발견(0.06)순으로 변화하여 나타났다.



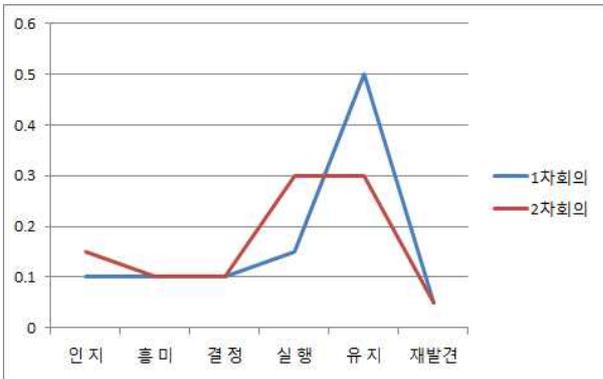
< 그림 3-38 > 전체 전문가의 한식 확산 단계별 중요도 2차(최종) 토의 결과



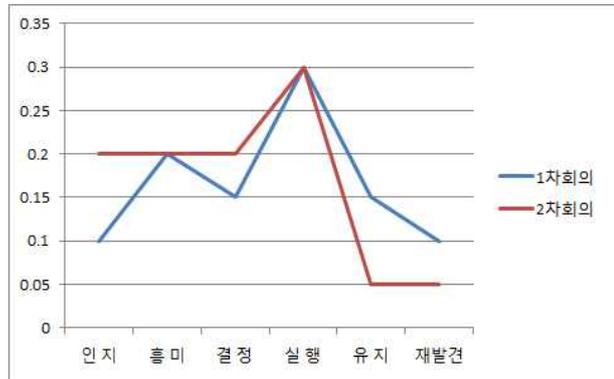
< 전문가 A >



< 전문가 B >



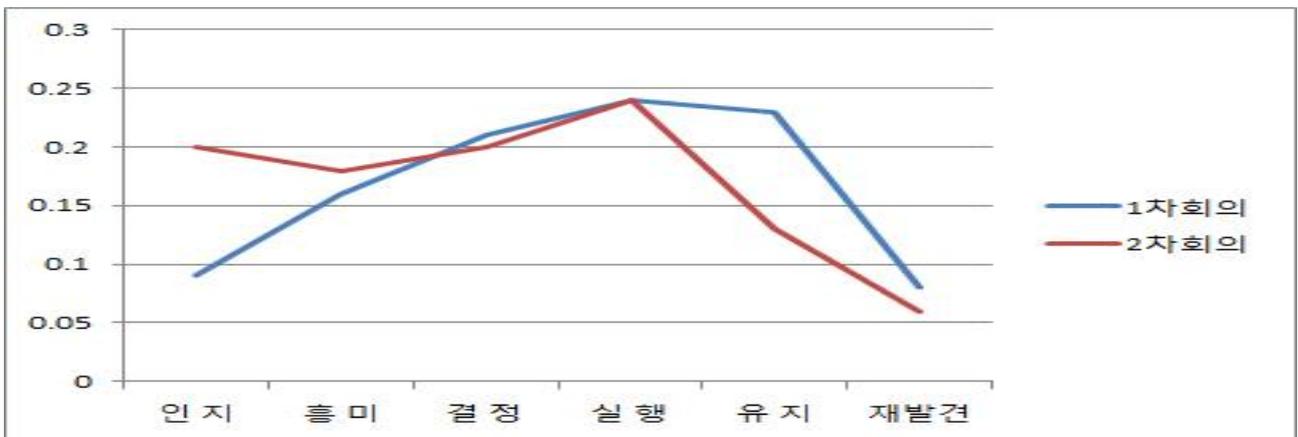
< 전문가 C >



< 전문가 D >

Note: 전문가 A와 전문가 B = 학계연구자; 전문가 C = 사업경영전문가; 전문가 D = 정부공무원

< 그림 3-39 > 한식 확산 단계별 중요도 1차, 2차 비교 결과



< 그림 3-40 > 전체 전문가의 한식 확산 단계별 중요도 1차, 2차 비교 결과

<그림3-39>와 <그림3-40>은 전문가 집단의 회의 결과를 바탕으로 각 개인별, 그룹별 변화된 모습을 가시화 하였다. 전체적으로 유의미한 차이가 나타났으며, 향 후 전문가 집단의 사고 변화에 대한 내용을 깊이 있게 연구해 볼 필요가 있는 것으로 사료된다.

#### 4. 한식 확산 단계 평가 지표 지수를 활용한 한식 확산 결과 분석

##### 가. 가중치에 따른 한식 확산 지수 비교 분석

집단별 한식 확산 단계 중요도에 따른 가중치는 다음과 같다.

< 표 3-52 > 집단별 한식 확산 단계 가중치

	Raw Data	대중 의견 가중치	전문가 집단 가중치
인지	1	0.34	0.20
흥미	1	0.20	0.18
결정	1	0.13	0.20
실행	1	0.15	0.24
유지	1	0.10	0.13
재발견	1	0.09	0.06

한식 확산 단계 평가 지표를 가시화 하기위하여 단계별 가중치를 산정하여 한식의 확산 지수를 도출하고자 하였다. 지수를 산출하기 위해서는 개별 지표의 값을 표준화 하여야 한다. 지표 값을 표준화하기 위한 방법으로는 평균과 표준편차를 구한 후 각 값들의 평균을 뺀 후 표준편차로 나누어 지수화 하는 Z-score와 구간 설정을 통하여 표준화하는 최소-최대값 전환법, 기준 값을 설정 한 후 기준 값을 중심으로 거리를 측정하여 표준화 하는 방법이 있다.

본 연구에서는 각 국의 지역적 특성이나 민족성에 따라 중요도가 다르므로 지수를 표준화하는 것이 적합하다 판단하였으며, 정보의 용이성과 편리성을 위하여 100점 만점을 환산하여 표기하기로 하였다.

집단의 한식 확산 지수를 지역별 국가별로 비교 분석하기 위해서는 7점 등간 척도를 사용하여 100점 만점으로 환산하여 비교 분석 할 것이며 서로 다른 지역의 평균이 같다고 하더라도 점수의 분포가 흩어져 있는 정도에 따라 그 해석이 달라 질 수 있음을 유의하여야 한다.

최소-최대값 전환법은 세계 혁신 지수, 글로벌 혁신 지수, 세계 발전 지수, 인간 개발 지수 등 다양한 부분에서 적용되고 있다.

세계 혁신 지수는 현재 세계 200여개 국가를 대상으로 국내 총생산 대비 연구 개발 투자, 생

산성, 첨단기술 집약도, 연구원비율, 기술 집약 제조업 비중, 교육효율성, 특허활동 등 7개 항목에 가중치를 부여한 뒤 합산하여 순위를 매기며, 글로벌 혁신 지수는 인시아드의 수미트라 두타 교수가 세계 130여개 국가를 대상으로 정부정책 및 제도, 사회기반시설, 개인역량, 기술의 정교함, 시장 및 자본, 지식, 경쟁력, 부(富) 등 모두 8개 항목별로 혁신성의 정도를 평가한다.

또 사회 발전 지수의 경우는 기본적인 인간육구(영양 및 기본 의료 지원, 공기·물·위생, 주거, 개인안전), 웰빙의 기반(기초 지식 및 정보·통신 접근성, 건강, 생태계 지속 가능성), 기회(개인적 권리, 고등교육 접근성, 개인의 자유와 선택, 평등과 통합)의 세 가지 부분에 점수를 부여하는데 사용 되어 진다.

이러한 방법은 최소 - 최댓값을 적용하여 백점으로 환산하여 나타낸 지수이며 인간 개발 지수의 경우는 최소 - 최댓값을 적용하여 백점으로 환산하지 아니하고, 최댓값인 1.00에 가까워 질수록 삶의 질이 높다는 것을 의미하였다.

본 연구 결과 Raw Data의 경우는 모든 단계를 동일한 가중치로 보고, 단계별 평균값을 구한 합을 총점인 42점을 기준으로 100점 환산한다.

$$\text{한식 확산 지수(Raw Data)} = 100/42 * \text{단계별 평균의 합}$$

또, 가중치를 부여하여 한식의 확산 지수를 구하는 공식은 가중치를 총합 1을 기준으로 분류하여 모든 값을 합산한 경우 0~1사이의 값이 나오는데, 이 값을 100점으로 환산하여 한식의 확산 지수를 구한다.

$$\text{한식 확산 지수(가중치)} = 100/7 * \text{가중치를 부여한 단계별 평균의 합}$$

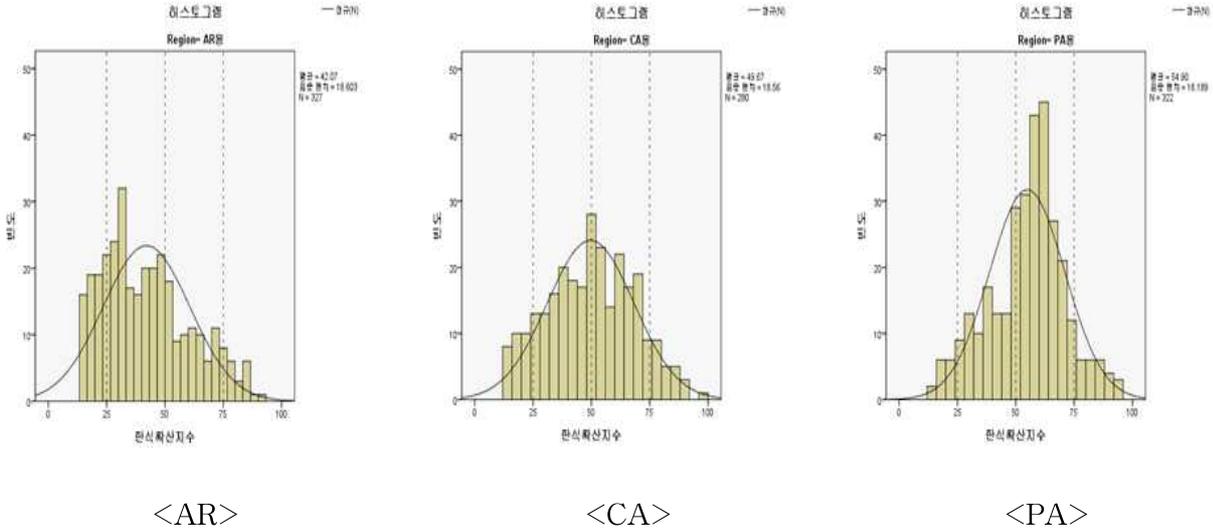
이에 따라 지역별 한식의 확산 지수를 산출하면, <표3-53>과 같다.

< 표 3-53 > 한식 확산 지표에 따른 한식의 확산 지수

		AR	CA	PA
Raw Data	요인별	42	48	52
	단계별	42	50	55
대중의견 가중치		43	51	57
전문가 집단 가중치		42	50	55
대중 의견 자가 점수		36	55	58

나. 지역별 한식 확산 지수 비교 분석

(1) Raw Data를 활용한 한식 확산 지수 - 한식 확산 단계별



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-41 > 대중 의견 조사에 의한 한식 확산 지수 히스토그램

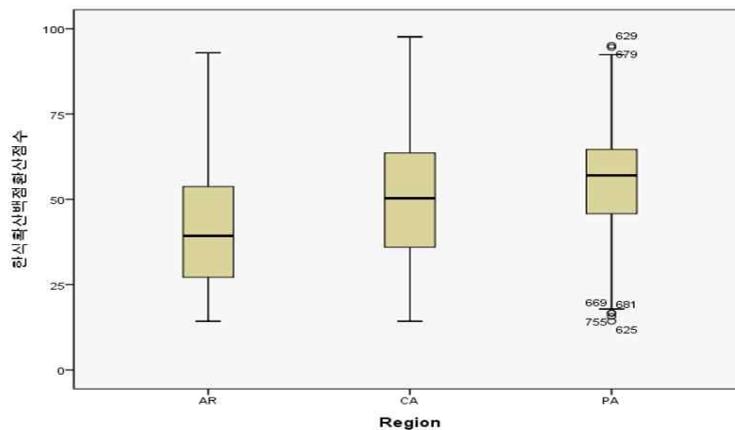
위는 응답자 설문조사에 의한 한식 확산 지수를 나타낸 것으로, 그래프를 보면 미국 중부의 아칸소(AR) 지역은 지수가 낮은 사람들이 많고 미국 서부의 캘리포니아(CA)는 중앙값을 기준으로 골고루 분포하고 있으며, 미국 동부의 펜실베이니아(PA)는 지수가 높은 사람들이 많은 것으로 나타났으며, 좀 더 정확하게 확인하기 위하여 카이제곱테스트를 통하여 유의확률을 확인해 본 결과 모든 지역의 한식 확산 지수 간에는 역시나 차이가 있는 것으로 나타났다.

여기서 아칸소(AR)의 경우, 총 조사 대상자 330명 중에서 25점 이상 50점 미만의 확산 지수를 갖는 응답자가 49.7%로 가장 많았고, 50점 이상 75점 미만의 확산 지수를 갖는 응답자가 24.24%로 그 다음으로 많았다. 또한 캘리포니아(CA)의 경우에는 총 280명 중에서 50점 이상 75점 미만의 확산 지수를 갖는 응답자가 41.07%로, 25점 이상 50점 미만의 확산 지수를 갖는 응답자(38.57%)보다 조금 더 많이 나타났다. 펜실베이니아(PA)의 경우에는 총 322명 중에서 50점 이상 75점 미만인 응답자가 61.18%로 가장 많았으며, 25점 미만인 응답자는 4.35%로 가장 적게 나타났다.

< 표 3-54 > Raw Data에 의한 한식 확산 지수

응답자 설문조사		빈도(명)	퍼센트(%)
미국 중부의 아칸소(AR) 주	25점 미만	66	20
	25점 이상 50점 미만	164	49.7
	50점 이상 75점 미만	80	24.24
	75점 이상	20	6.06
	<b>합 계</b>	<b>330</b>	<b>100.00</b>
Chi-square estimate		131.2364	
P-value		<.0001	
미국 서부의 캘리포니아(CA) 주	25점 미만	31	11.07
	25점 이상 50점 미만	108	38.57
	50점 이상 75점 미만	115	41.07
	75점 이상	26	9.29
	<b>합 계</b>	<b>280</b>	<b>100.00</b>
Chi-square estimate		98.9429	
P-value		<.0001	
미국 동부의 펜실베이니아(PA) 주	25점 미만	14	4.35
	25점 이상 50점 미만	84	26.09
	50점 이상 75점 미만	197	61.18
	75점 이상	27	8.39
	<b>합 계</b>	<b>322</b>	<b>100.00</b>
Chi-square estimate		259.2422	
P-value		<.0001	

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-42 > 대중 의견 조사에 의한 한식 확산 지수 지역별 박스플롯(상자그림)

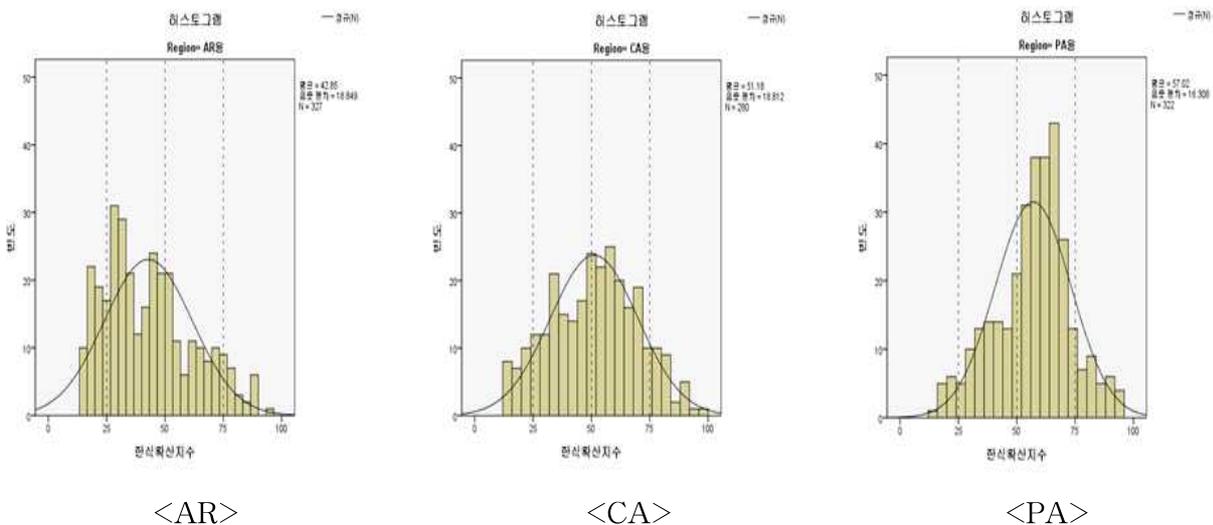
각 지역의 상자그림을 출력해 본 결과, PA의 한식 확산 지수의 중앙값(상자그림의 가운데 있는 가로 선)이 가장 높고 AR의 한식 확산 지수의 중앙 값이 가장 낮은 것으로 나타났다. 한편 중앙값을 기준으로 가장 대칭적으로 자료가 분포하는 지역은 CA였으며, AR의 응답자들은 높은 지수보다는 낮은 지수에 응답자들이 몰려있는 것을, PA의 응답자들은 낮은 지수보다는

높은 지수에 몰려있는 것을 알 수 있다.

또한 한식 확산 지수의 최솟값이 가장 낮은 값을 갖는 지역은 근소한 차이로 CA이고, 최댓값이 가장 큰 값을 갖는 지역도 역시 CA로 CA지역은 범위(최대값 - 최소값)가 가장 크다. 또한 CA의 상자 너비(여기서는 높이)가 가장 넓은 것을 보아 사분위범위(75%까지의 범위 - 25%까지의 범위) 역시 가장 크게 나타나는 것으로 보아 분산이 가장 클 것으로 예상된다.

즉, CA지역의 응답자가 세 지역 중에서 한식 확산 지수가 가장 골고루 분포하고 있다는 것을 의미한다. (이것이 좋은 의미는 아니다.) 그리고 PA지역에는 669, 681, 629, 679 등 유난히 특이값(혹은 이상치, Outlier)들이 많이 존재하고 있는 것을 볼 수 있다.

## (2) 응답자 중요도에 따른 가중치를 활용한 한식 확산 지수



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-43 > 대중 의견 조사에 고정 총합 척도 가중치를 적용한 한식 확산 지수 히스토그램

위는 대중 의견 조사에 의하여 단계별 중요도에 따라 가중치를 부여하여 한식 확산 지수를 나타낸 것으로, 여기서 아칸소(AR)의 경우, 총 조사 대상자 330명 중에서 25점 이상 50점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자가 49.39%로 가장 많았고, 50점 이상 75점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자가 24.85%로 그 다음으로 많았다.

또한 캘리포니아(CA)의 경우에는 총 280명 중에서 50점 이상 75점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자가 43.21%로, 25점 이상 50점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자 36.07%보다

조금 더 많이 나타났다. 펜실베니아(PA)의 경우에는 총 322명 중에서 50점 이상 75점 미만인 응답자가 62.42%로 가장 많았으며, 25점 미만인 응답자는 4.04%로 가장 적게 나타났다.

< 표 3-55 > 응답자 중요도 가중치에 의한 한식 확산 지수

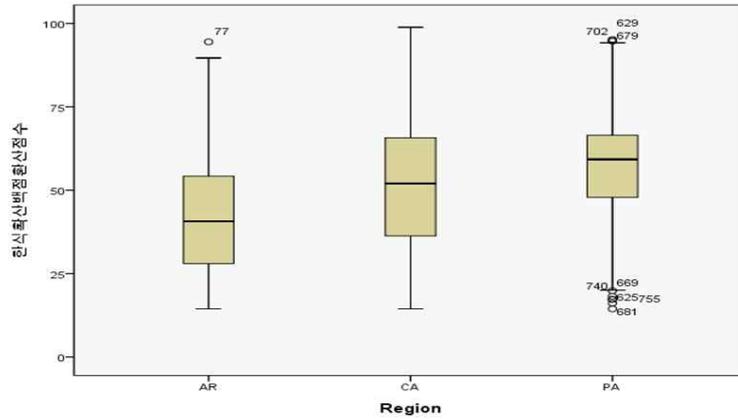
응답자 가중치 적용		빈도(명)	퍼센트(%)
미국 중부의 아칸소(AR) 주	25점 미만	62	18.79
	25점 이상 50점 미만	163	49.39
	50점 이상 75점 미만	82	24.85
	75점 이상	23	6.97
	<b>합 계</b>	<b>330</b>	<b>100.00</b>
<b>Chi-square estimate</b>		126.5576	
<b>P-value</b>		<.0001	
미국 서부의 캘리포니아(CA) 주	25점 미만	29	10.36
	25점 이상 50점 미만	101	36.07
	50점 이상 75점 미만	121	43.21
	75점 이상	29	10.36
	<b>합 계</b>	<b>280</b>	<b>100.00</b>
<b>Chi-square estimate</b>		98.9143	
<b>P-value</b>		<.0001	
미국 동부의 펜실베니아(PA) 주	25점 미만	13	4.04
	25점 이상 50점 미만	74	22.98
	50점 이상 75점 미만	201	62.42
	75점 이상	34	10.56
	<b>합 계</b>	<b>322</b>	<b>100.00</b>
<b>Chi-square estimate</b>		264.3602	
<b>P-value</b>		<.0001	

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

각 지역의 상자그림을 출력해 본 결과, PA의 한식 확산 지수의 중앙값(상자그림의 가운데 있는 가로 선)이 가장 높고 AR의 한식 확산 지수의 중앙값이 가장 낮은 것으로 나타났다. 한편 중앙값을 기준으로 가장 대칭적으로 자료가 분포하는 지역은 AR이었으며, CA의 응답자들은 낮은 지수보다는 높은 지수에 응답자들이 아주 조금 더 몰려있는 것을, PA의 응답자들 역시 낮은 지수보다는 높은 지수에 비교적 많이 몰려있는 것을 알 수 있다.

또한 한식 확산 지수의 최솟값이 가장 낮은 값을 갖는 지역은 AR과 CA이고, 최댓값이 가장 큰 값을 갖는 지역은 CA로 나타났다. 여기서도 CA지역은 범위와 사분위범위가 가장 크게 나타나는 것으로 보아 분산이 가장 클 것으로 예상된다.

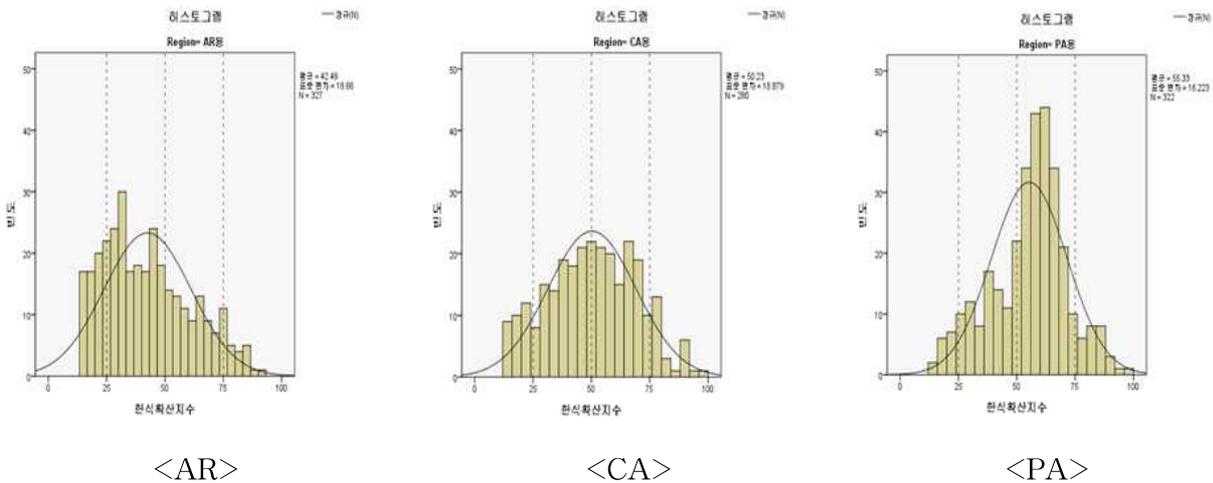
즉, CA지역의 응답자가 세 지역 중에서 한식 확산 지수가 가장 골고루 분포하고 있다는 것을 의미하며, PA지역에는 여전히 629, 740 등 특이 값(혹은 이상치, Outlier)들이 많이 존재하고 있는 것을 볼 수 있다.



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-44 > 대중 의견 조사에 고정 총합 척도 가중치를 적용한 한식 확산 지수 지역별 박스플롯

### (3) 전문가 집단의 단계별 중요도에 따른 한식 확산 지수(1차)



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-45 > 전문가 집단의 가중치를 적용한 한식 확산 지수 히스토그램(1차 회의)

위는 명목 그룹 기법을 활용한 전문가 집단 1차 회의 가중치를 부여한 한식 확산 지수를 나타낸 것으로, 여기서 아칸소(AR)의 경우, 총 조사 대상자 330명 중에서 25점 이상 50점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자가 50.3%로 가장 많았고, 50점 이상 75점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자가 24.55%로 그 다음으로 많았다.

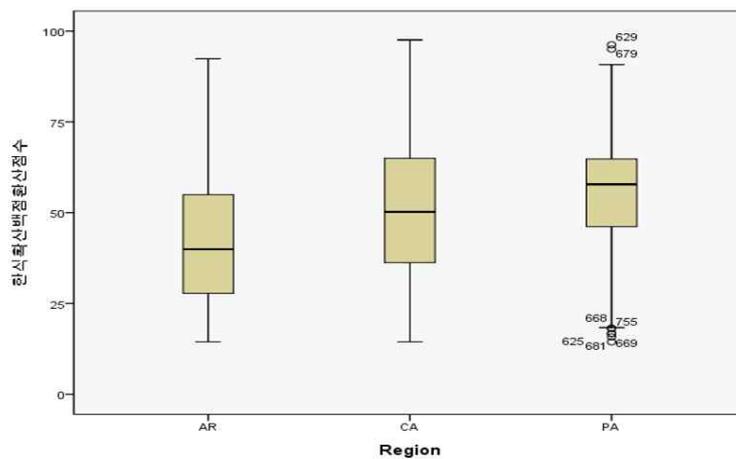
또한 캘리포니아(CA)의 경우에는 총 280명 중에서 50점 이상 75점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자가 41.14%로, 25점 이상 50점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자 36.79%보다 조금 더 많이 나타났다. 펜실베이니아(PA)의 경우에는 총 322명 중에서 50점 이상 75점 미만인

응답자가 61.18%로 가장 많았으며, 25점 미만인 응답자는 4.97%로 가장 적게 나타났다.

< 표 3-56 > 전문가 집단 1차 회의 결과에 의한 한식 확산 지수

전문가 집단 1차 회의		빈도(명)	퍼센트(%)
미국 중부의 아칸소(AR) 주	25점 미만	61	18.48
	25점 이상 50점 미만	166	50.3
	50점 이상 75점 미만	81	24.55
	75점 이상	22	6.67
	<b>합 계</b>	<b>330</b>	<b>100.00</b>
Chi-square estimate		134.5091	
P-value		<.0001	
미국 서부의 캘리포니아(CA) 주	25점 미만	33	11.79
	25점 이상 50점 미만	103	36.79
	50점 이상 75점 미만	118	42.14
	75점 이상	26	9.29
	<b>합 계</b>	<b>280</b>	<b>100.00</b>
Chi-square estimate		95.6857	
P-value		<.0001	
미국 동부의 펜실베이니아(PA) 주	25점 미만	16	4.97
	25점 이상 50점 미만	80	24.84
	50점 이상 75점 미만	197	61.18
	75점 이상	29	9.01
	<b>합 계</b>	<b>322</b>	<b>100.00</b>
Chi-square estimate		253.2298	
P-value		<.0001	

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

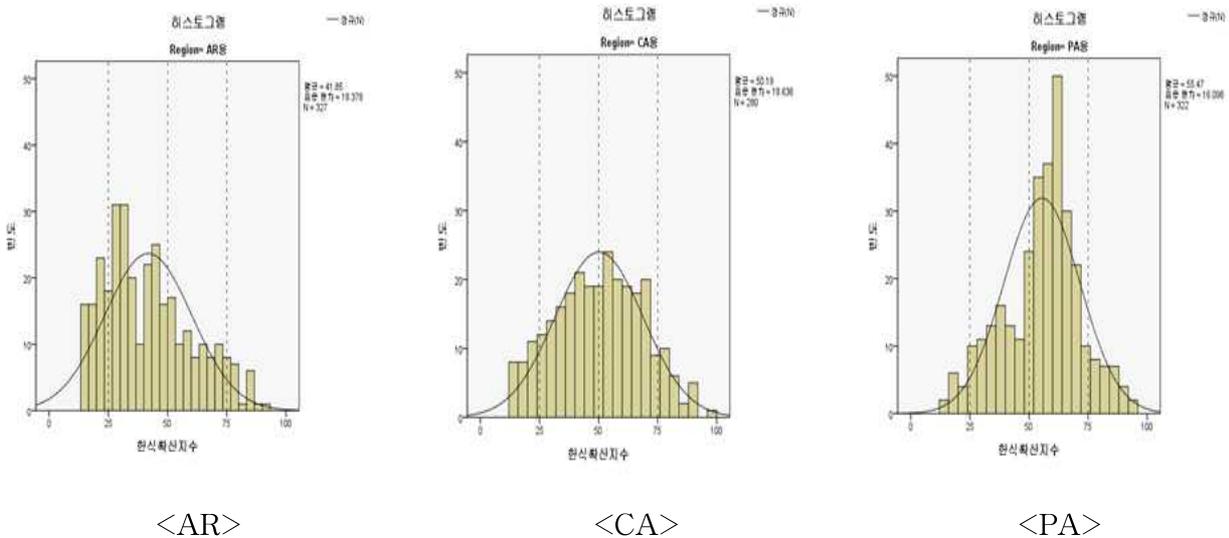
< 그림 3-46 > 전문가 집단의 1가중치를 적용한 한식 확산 지수 지역별 박스플롯(1차 회의)

각 지역의 상자그림을 출력해 본 결과, PA의 한식 확산 지수의 중앙값(상자그림의 가운데 있는 가로 선)이 가장 높고 AR의 한식 확산 지수의 중앙값이 가장 낮은 것으로 나타났다.

한편 중앙값을 기준으로 가장 대칭적으로 자료가 분포하는 지역은 CA로, AR의 응답자들은 높은 지수보다는 낮은 지수에 응답자들이 아주 조금 더 몰려있는 것을, PA의 응답자들은 낮은 지수보다는 높은 지수에 비교적 많이 몰려있는 것을 알 수 있다. 또한 한식 확산 지수의 최솟값이 가장 낮은 값을 갖는 지역은 AR과 CA이고, 최댓값이 가장 큰 값을 갖는 지역은 CA로 나타났다.

여기서도 CA지역은 범위와 사분위범위가 가장 크게 나타나는 것으로 보아 분산이 가장 클 것으로 예상된다. 즉, CA지역의 응답자가 세 지역 중에서 한식 확산 지수가 가장 골고루 분포하고 있다는 것을 의미하며, PA지역에는 여전히 629, 679, 755 등 특이값(혹은 이상치, Outlier)들이 많이 존재하고 있는 것을 볼 수 있다.

#### (4) 전문가 집단의 단계별 중요도에 따른 한식 확산 지수(2차)



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-47 > 전문가 집단의 가중치를 적용한 한식 확산 지수 회의 히스토그램(2차 회의)

위는 명목 그룹 기법을 활용한 전문가 집단 2차 회의 가중치를 부여한 한식 확산 지수를 나타낸 것으로, 여기서 아칸소(AR)의 경우, 총 조사 대상자 330명 중에서 25점 이상 50점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자가 50.3%로 가장 많았고, 50점 이상 75점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자가 24.85%로 그 다음으로 많았다.

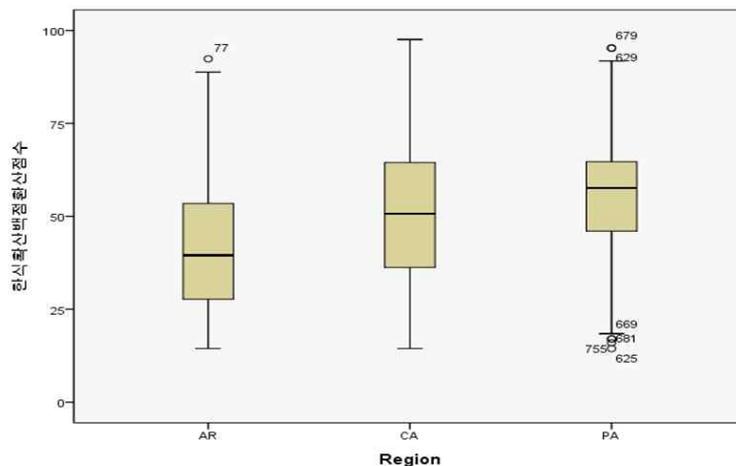
또한 캘리포니아(CA)의 경우에는 총 280명 중에서 50점 이상 75점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자가 42.14%로, 25점 이상 50점 미만의 한식 확산 지수를 갖는 응답자 37.86% 보다

조금 더 많이 나타났다. 펜실베니아(PA)의 경우에는 총 322명 중에서 50점 이상 75점 미만인 응답자가 60.25%로 가장 많았으며, 25점 미만인 응답자는 4.66%로 가장 적게 나타났다.

< 표 3-57 > 전문가 집단 2차 회의 결과에 의한 한식 확산 지수

전문가 집단 2차 회의		빈도(명)	퍼센트(%)
미국 중부의 아칸소(AR) 주	25점 미만	65	19.7
	25점 이상 50점 미만	166	50.3
	50점 이상 75점 미만	82	24.85
	75점 이상	17	5.15
	합 계	330	100.00
Chi-square estimate		140.2303	
P-value		<.0001	
미국 서부의 캘리포니아(CA) 주	25점 미만	30	10.71
	25점 이상 50점 미만	106	37.86
	50점 이상 75점 미만	118	42.14
	75점 이상	26	9.29
	합 계	280	100.00
Chi-square estimate		101.9429	
P-value		<.0001	
미국 동부의 펜실베니아(PA) 주	25점 미만	15	4.66
	25점 이상 50점 미만	82	25.47
	50점 이상 75점 미만	194	60.25
	75점 이상	31	9.63
	합 계	322	100.00
Chi-square estimate		243.7888	
P-value		<.0001	

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 그림 3-48 > 전문가 집단의 가중치를 적용한 한식 확산 지수 지역별 박스플롯(2차 회의)

각 지역의 상자그림을 출력해 본 결과, PA의 한식 확산 지수의 중앙값(상자그림의 가운데 있는 가로 선)이 가장 높고 AR의 한식 확산 지수의 중앙값이 가장 낮은 것으로 나타났다. 한편 중앙값을 기준으로 가장 대칭적으로 자료가 분포하는 지역은 CA로, AR의 응답자들은 거의 비슷하나 굳이 따지자면 높은 지수보다는 낮은 지수에 응답자들이 아주 조금 더 몰려있는 것을, PA의 응답자들은 낮은 지수보다는 높은 지수에 비교적 많이 몰려있는 것을 알 수 있다.

또한 한식 확산 지수의 최솟값이 가장 낮은 값을 갖는 지역은 AR과 CA이고, 최댓값이 가장 큰 값을 갖는 지역은 CA로 나타났다. 여기서도 CA지역은 범위와 사분위범위가 가장 크게 나타나는 것으로 보아 분산이 가장 클 것으로 예상된다.

즉, CA지역의 응답자가 세 지역 중에서 한식 확산 지수가 가장 골고루 분포하고 있다는 것을 의미한다. 그리고 PA지역에는 여전히 629, 679, 755 등 특이값들이 많이 존재하고 있는 것을 볼 수 있다.

### 제 3 절. 한식의 인지된 특성이 단계에 미치는 영향

#### 1. 한식의 인지된 특성

##### 가. 아칸소(Arkansas, AR) 주의 한식의 인지된 특성 요인분석

미국 중부의 아칸소(AR) 지역의 요인분석을 한 결과, 위와 같이 61.5%의 설명력을 갖는 4가지의 대표 요인으로 구분되었다. ‘상대적 이점, 적합성’은 8개로 ‘Quality food’, ‘Overall value’, ‘Tasty food’, ‘Ethnic/Cultural specialty’, ‘Generous portions’, ‘Healthy food’, ‘Home-made Fresh cooking’, ‘Authentic/Sophisticated food’로 나뉘어졌으며, ‘복잡성’은 총 7개 요인으로 ‘Cultural distance’, ‘No celebrity chef’, ‘Strong food odor’, ‘Difficult to understand the menu’, ‘Poor service’, ‘Different atmosphere’, ‘Too exotic’으로 분류되었다. ‘관찰가능성’은 총 3개 요인으로 ‘Lack of awareness of Korean cuisine’, ‘Low profile or brand image’, ‘Not enough information’으로 나타났으며, 마지막으로 ‘시도가능성’은 ‘Korean restaurants are to found in my area’, ‘Not in a prime location are not found in my area’로 총 2개 요인으로 구성되었다.

여기서 크론바하 알파가 0.7 미만인 요인은 ‘시도가능성’ 하나인데, 네 개의 요인 안에서 ‘상대

적 이점, 적합성'이 약 45%를 '복잡성'이 약 27%를 '관찰가능성'이 약 17%를 공헌하고 있는 것으로 나타나 '관찰가능성'까지만 해도 약 89%가 설명되어지는 것을 알 수 있었으며 나머지 크론바하 알파는 양호한 편이다.

< 표 3-58 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성에 대한 요인분석 결과(설명력=61.5%)

Arkansas(AR)	Chronbach's $\alpha$	Contribution
<b>상대적 이점, 적합성</b>		
Quality food		
Overall value		
Tasty food		
Ethnic/Cultural specialty	0.926	0.449
Generous portions		
Healthy food		
Homemade fresh cooking		
Authentic/Sophisticated food		
<b>복잡성</b>		
Cultural distance		
No celebrity chef		
Strong food odor		
Difficult to understand the menu	0.784	0.271
Poor service		
Different atmosphere		
Too exotic		
<b>관찰가능성</b>		
Lack of awareness of Korean cuisine		
Low profile or brand image	0.704	0.169
Not enough information		
<b>시도가능성</b>		
Korean restaurants are to found in my area	0.666	0.111
Not in a prime location are not found in my area		
Final Commuality Estimates: Total = 12.292565		

#### 나. 캘리포니아(California, CA) 주의 한식의 인지된 특성 요인분석

미국 서부의 캘리포니아(CA) 지역의 요인분석 결과, 위와 같이 62.7%의 설명력을 갖는 2개의 대표 요인으로 구분되었다. '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'은 총 14개로 'Quality food', 'Overall value', 'Tasty food', 'Generous portions', 'Table BBQ', 'Healthy food', 'Vegetarian friendly', 'Ethnic/Cultural specialty', 'Free side dishes with refill', 'Home-made fresh cooking', 'Hot and spicy', 'Kimchi', 'Authentic/Sophisticated food', 'Korean restaurants are

not found in my area'로 묶였으며, '복잡성, 관찰가능성'은 총 3개로 'Too exotic', 'Difficult to understand the menu', 'Limited beverage menu'로 나뉘었다.

두비혁신자의 요인 안에서 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'이 약 69%를 '복잡성, 관찰가능성'이 약 31%를 공헌하고 있는 것으로 나타났다. 또한 두 요인의 크론바하 알파는 0.95, 0.86으로 매우 높은 편이다.

< 표 3-59 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성에 대한 요인분석(설명력=62.7%)

California(CA)	Chronbach's $\alpha$	Contribution
상대적 이점, 적합성, 시도가능성		
Quality food		
Overall value		
Tasty food		
Generous portions		
Table BBQ		
Healthy food		
Vegetarian friendly		
Ethnic/Cultural specialty	0.951	0.694
Free side dishes with refill		
Homemade fresh cooking		
Hot and Spicy		
Kimchi		
Authentic/Sophisticated food		
Korean restaurants are not found in my area		
복잡성, 관찰가능성		
Too exotic		
Difficult to understand the menu		
Limited beverage menus	0.854	0.306
Low profile or brand image		
Lake of awareness of Korean cuisine		
Different atmosphere		
Final Commuality Estimates: Total = 12.536087		

#### 다. 펜실베니아(Pennsylvania, PA) 주의 한식의 인지된 특성 요인분석

위는 미국 동부의 펜실베니아(PA) 지역의 요인분석 결과, 위와 같이 37%의 설명력을 갖는 2개의 대표 요인으로 구분되었으며 각각 11개, 12개의 요인으로 구성되었다. '복잡성, 관찰가능

성'은 'Cultural distance', 'Difficult to understand the menu', 'Limited beverage menus', 'Too exotic', 'Poor service', 'Not enough information', 'No celebrity chef', 'Not in a prime location are not found in my area', 'Low profile or brand image', 'Lake of awareness of Korean cuisine', 'Strong food odor'로 나뉘었다. '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'은 'Quality food', 'Tasty food', 'Overall value', 'Table BBQ', 'Generous portions', 'Kimchi', 'Hot and spicy', 'Healthy food', 'Home-made fresh cooking', 'Korean restaurants are not found in my area', 'Free side dishes with refill', 'Vegetarian friendly'로 구성되었다.

두 개의 요인 안에서 '복잡성, 관찰가능성'이 약 52%를 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'이 약 49%를 공헌하고 있는 것으로 나타난 것으로 보아 거의 비슷한 영향력이 있음을 알 수 있다. 또한 두 요인의 크론바하 알파는 0.8, 0.83으로 높게 나타났다.

< 표 3-60 > 펜실베니아 주의 한식의 인지된 특성에 대한 요인분석(설명력=37%)

Pennsylvania(PA)	Chronbach's $\alpha$	Contribution
<b>복잡성, 관찰가능성</b>		
Cultural distance		
Difficult to understand the menu		
Limited beverage menus		
Too exotic		
Poor service		
Not enough information	0.797	0.515
No celebrity chef		
Not in a prime location are not found in my area		
Low profile or brand image		
Lake of awareness of Korean cuisine		
Strong food odor		
<b>상대적 이점, 적합성, 시도가능성</b>		
Quality food		
Tasty food		
Overall value		
Table BBQ		
Generous portions		
Kimchi	0.832	0.485
Hot and Spicy		
Healthy food		
Homemade fresh cooking		
Korean restaurants are not found in my area		
Free side dishes with refill		
Vegetarian friendly		
Final Communalities Estimates: Total = 8.494779		

### 라. 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성 요인분석

조사된 미국 지역의 요인 분석 결과, 위와 같이 56.2%의 설명력을 갖는 3개의 대표 요인으로 구분되었다. ‘상대적 이점, 적합성’은 총 8개 변수로 ‘Quality food’, ‘Overall value’, ‘Tasty food’, ‘Generous portions’, ‘Table BBQ’, ‘Hot and spicy’, ‘Vegetarian friendly’, ‘Free side dishes with refill’로 나타났으며, ‘복잡성’은 ‘Limited beverage menus’, ‘Poor service’, ‘No celebrity chef’, ‘Too exotic’, ‘Cultural distance’, ‘Difficult to understand the menu’, ‘Strong food odor’로 총 7개로 구성되었다. ‘관찰가능성’은 ‘Not enough information’, ‘Lake of awareness of Korean cuisine’, ‘Not in a prime location are not found in my area’, ‘Low profile or brand image’로 나타났다.

< 표 3-61 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성에 대한 요인분석(설명력=56.2%)

	Total	Chronbach's α	Contribution
<b>상대적 이점, 적합성</b>			
Quality food			
Overall value			
Tasty food			
Generous portions		0.884	0.453
Table BBQ			
Hot and Spicy			
Vegetarian friendly			
Free side dishes with refill			
<b>복잡성</b>			
Limited beverage menus			
Poor service			
No celebrity chef		0.829	0.320
Too exotic			
Cultural distance			
Difficult to understand the menu			
Strong food odor			
<b>관찰가능성</b>			
Not enough information			
Lake of awareness of Korean cuisine		0.748	0.227
Not in a prime location are not found in my area			
Low profile or brand image			
Final Communalities Estimates: Total = 10.674644			

세 지역의 비혁신자의 요인 안에서 ‘상대적 이점, 적합성’이 약 45%를 ‘복잡성’이 약 32%를 ‘관찰가능성’이 약 23%를 공헌하고 있는 것으로 나타났으며, 세 요인간의 크론바하 알파는 0.88, 0.83, 0.75로 높은 편이다.

이와 같이 한식의 인지된 특성은 지역별로 차이가 있었으며, 동일한 인식의 특징이라도 지역별 민족의 특성에 따라 한식의 촉진 요인이 될 수도 저해요인이 될 수도 있는 것으로 나타났다.

## 2. 한식의 인지된 특성이 개혁결정단계에 미치는 영향

### 가. 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 개혁결정단계에 미치는 영향

< 표 3-62 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 ‘인지’에 미치는 영향

Arkansas(AR)		Dependent Variable: 한식확산단계 ‘인지’	
Analysis of Variance Contribution		F	28.43
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/> Intercept		0.58691	0.1725
<input checked="" type="checkbox"/> 상대적 이점, 적합성		0.64644	<.0001
<input type="checkbox"/> 복잡성		-0.1193	0.1371
<input checked="" type="checkbox"/> 관찰가능성		-0.202	0.0011
<input type="checkbox"/> 시도가능성		0.11524	0.181
R-square=0.2604 (Adj R-square=0.2512)			

위는 미국 중부의 아칸소(AR)지역의 한식확산단계 중 ‘인지’(종속변수)에 대한 한식인지특성인 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’, ‘시도가능성’(독립변수 4개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’과 ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.646, -2.02로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘인지’가 0.646배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘인지’가 -2.02배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-63 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 '흥미'에 미치는 영향

Arkansas(AR)		Dependent Variable: 한식확산단계 '흥미'	
Analysis of Variance Contribution		F	52.04
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input checked="" type="checkbox"/>	Intercept	0.7655	0.0188
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.69718	<.0001
<input type="checkbox"/>	복잡성	0.01678	0.781
<input checked="" type="checkbox"/>	관찰가능성	-0.1483	0.0014
<input type="checkbox"/>	시도가능성	-0.0069	0.9156
R-square=0.3912 (Adj R-square=0.3837)			

위는 미국 중부의 아칸소(AR)지역의 한식확산단계 중 '흥미'(종속변수)에 대한 한식인지특성인 '상대적 이점, 적합성', '복잡성', '관찰가능성', '시도가능성'(독립변수 4개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 '상대적 이점, 적합성'과 '관찰가능성'의 모수 추정 값은 각각 0.697, -0.148로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 '상대적 이점, 적합성'이 한 단위 증가하면 한식확산단계 '흥미'가 0.697배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 '관찰가능성'이 한 단위 증가하면 한식확산단계 '흥미'가 -0.148배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-64 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 '결정'에 미치는 영향

Arkansas(AR)		Dependent Variable: 한식확산단계 '결정'	
Analysis of Variance Contribution		F	24.31
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.07134	0.8722
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.62783	<.0001
<input type="checkbox"/>	복잡성	0.08892	0.2816
<input checked="" type="checkbox"/>	관찰가능성	-0.2416	0.0001
<input type="checkbox"/>	시도가능성	0.0058	0.9479
R-square=0.2308 (Adj R-square=0.2213)			

위는 미국 중부의 아칸소(AR) 지역의 한식확산단계 중 '결정'(종속변수)에 대한 한식인지특성인 '상대적 이점, 적합성', '복잡성', '관찰가능성', '시도가능성'(독립변수 4개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성

‘상대적 이점, 적합성’과 ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.628, -0.242로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘결정’가 0.628배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘결정’이 -0.242배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-65 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 ‘실행’에 미치는 영향

Arkansas(AR)		Dependent Variable: 한식확산단계 ‘실행’	
Analysis of Variance Contribution		F	26.86
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input checked="" type="checkbox"/>	Intercept	0.72176	0.0221
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.47546	<.0001
<input type="checkbox"/>	복잡성	-0.066	0.2592
<input checked="" type="checkbox"/>	관찰가능성	-0.1221	0.0064
<input type="checkbox"/>	시도가능성	0.02321	0.7121
R-square=0.2490 (Adj R-square=0.2398)			

위는 미국 중부의 아칸소(AR)지역의 한식확산단계 중 ‘실행’(종속변수)에 대한 한식인지특성인 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’, ‘시도가능성’(독립변수 4개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성인 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.475, -0.122로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘실행’가 0.475배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘실행’이 -0.122배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-66 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 ‘유지’에 미치는 영향

Arkansas(AR)		Dependent Variable: 한식확산단계 ‘유지’	
Analysis of Variance Contribution		F	54.13
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.19365	0.6439
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.88803	<.0001
<input type="checkbox"/>	복잡성	-0.1466	0.0607
<input checked="" type="checkbox"/>	관찰가능성	-0.2078	0.0005
<input type="checkbox"/>	시도가능성	0.11599	0.1678
R-square=0.4013 (Adj R-square=0.3939)			

위는 미국 중부 아칸소(AR)지역의 한식확산단계 중 ‘유지’(종속변수)에 대한 한식인지특성인 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’, ‘시도가능성’(독립변수 4개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.888, -0.207로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘유지’이 0.888배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘유지’이 -0.207배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-67 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 ‘재발견’에 미치는 영향

Arkansas(AR)		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘재발견’	
Analysis of Variance Contribution		F	23.14
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.3564	0.4292
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.62982	<.0001
<input type="checkbox"/>	복잡성	-0.1442	0.0862
<input type="checkbox"/>	관찰가능성	-0.1164	0.0696
<input type="checkbox"/>	시도가능성	0.05166	0.5674
R-square=0.2233 (Adj R-square=0.2136)			

위는 미국 중부의 아칸소(AR) 지역의 한식확산단계 중 ‘재발견’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’, ‘시도가능성’(독립변수 4개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’의 모수 추정 값은 0.6298로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 요인1이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘재발견’은 0.6298배 증가한다는 것을 의미한다.

나. 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 개혁 결정 단계에 미치는 영향

< 표 3-68 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 '인지'에 미치는 영향

California(CA)		Dependent Variable: 한식 확산단계 '인지'	
Analysis of Variance Contribution		F	76.39
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input checked="" type="checkbox"/>	Intercept	0.83196	0.0106
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	0.79032	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	-0.2027	0.0036
R-square=0.3563 (Adj R-square=0.3516)			

위는 미국 서부의 캘리포니아(CA)지역의 한식확산단계 중 '인지'(종속변수)에 대한 한식인지 특성인 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성', '복잡성, 관찰가능성'(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성', '복잡성, 관찰가능성'의 모수 추정 값은 각각 0.790, -0.202로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'이 한 단위 증가하면 한식확산단계 '인지'가 0.790배 증가한다는 것을 의미한다.

마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 '복잡성, 관찰가능성'은 한 단위 증가하면 한식확산단계 '인지'가 -0.202배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-69 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 '흥미'에 미치는 영향

California(CA)		Dependent Variable: 한식 확산단계 '흥미'	
Analysis of Variance Contribution		F	123.10
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.34144	0.2134
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	0.81311	<.0001
<input type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	-0.0616	0.293
R-square=0.4715 (Adj R-square=0.4676)			

위는 미국 서부의 캘리포니아(CA) 지역의 한식확산단계 중 '흥미'(종속변수)에 대한 한식인지 특성인 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성', '복잡성, 관찰가능성'(독립변수 2개)의 영향력을 알

아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’의 모수 추정 값은 0.813으로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘흥미’가 0.813배 증가한다는 것을 의미한다.

< 표 3-70 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘결정’에 미치는 영향

California(CA)		Dependent Variable: 한식확산단계 ‘결정’	
Analysis of Variance Contribution		F	45.61
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.40161	0.2656
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	0.62947	<.0001
<input type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	0.0128	0.8679
R-square=0.2484 (Adj R-square=0.2430)			

위는 미국 서부의 캘리포니아(CA)지역의 한식확산단계 중 ‘결정’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’, ‘복잡성, 관찰가능성’(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’의 모수 추정 값은 0.629로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘결정’가 0.629배 증가한다는 것을 의미한다.

< 표 3-71 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘실행’에 미치는 영향

California(CA)		Dependent Variable: 한식확산단계 ‘실행’	
Analysis of Variance Contribution		F	29.80
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input checked="" type="checkbox"/>	Intercept	0.84092	0.0084
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	0.44987	<.0001
<input type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	0.00363	0.9572
상대적 이점, 적합성, 시도가능성			

위는 미국 서부의 캘리포니아(CA)지역의 한식확산단계 중 ‘실행’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’, ‘복잡성, 관찰가능성’(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기

기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <math><0.0001</math>을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 '상대적 이점 ,적합성, 시도가능성'의 모수 추정 값은 0.449로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'이 한 단위 증가하면 한식확산단계 '실행'은 0.449배 증가한다는 것을 의미한다.

< 표 3-72 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 '유지'에 미치는 영향

California(CA)		Dependent Variable: 한식 확산단계 '유지'	
Analysis of Variance Contribution		F	155.27
		P-value	<math><.0001</math>
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.05326	0.859
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	1.03888	<math><.0001</math>
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	-0.2403	0.0002
R-square=0.5294 (Adj R-square=0.5260)			

위는 미국 서부의 캘리포니아(CA)지역의 한식확산단계 중 '유지'(종속변수)에 대한 한식인지 특성 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성', '복잡성, 관찰가능성'(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <math><0.0001</math>을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'과 '복잡성, 관찰가능성'의 모수 추정 값은 각각 1.038, -0.240으로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'이 한 단위 증가하면 한식확산단계 '유지'은 1.038배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어 있다고 할 때 '복잡성, 관찰가능성'이 한 단위 증가하면 한식확산단계 '유지'는 -0.240배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-73 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 '재발견'에 미치는 영향

California(CA)		Dependent Variable: 한식 확산단계 '재발견'	
Analysis of Variance Contribution		F	38.21
		P-value	<math><.0001</math>
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.32584	0.3607
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	0.5678	<math><.0001</math>
<input type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	0.01614	0.8319
R-square=0.2169 (Adj R-square=0.2112)			

위는 미국 서부의 캘리포니아(CA)지역의 한식확산단계 중 ‘재발견’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’, ‘복잡성, 관찰가능성’(독립변수 2개 변수)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’의 모수 추정 값은 0.567로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘재발견’은 0.567배 증가한다는 것을 의미한다.

#### 다. 펜실베이니아의 인지된 특성이 개혁 결정 단계에 미치는 영향

< 표 3-74 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘인지’에 미치는 영향

Pennsylvania(PA)		Dependent Variable: 한식확산단계 ‘인지’	
Analysis of Variance Contribution		F	188.23
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.38437	0.1076
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	0.85841	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	-0.234	<.0001
R-square=0.2895 (Adj R-square=0.2879)			

위는 미국 동부의 펜실베이니아(PA) 주의 한식확산단계 중 ‘인지’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘복잡성, 관찰가능성’, ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘복잡성, 관찰가능성’과 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.858, -0.234로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘복잡성, 관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘인지’가 0.858배 증가한다는 것을 의미한다.

마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’은 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘인지’가 -0.234배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-75 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 '흥미'에 미치는 영향

Pennsylvania(PA)		Dependent Variable: 한식확산단계 '흥미'	
Analysis of Variance Contribution		F	340.43
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.31469	0.0831
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	0.87168	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	-0.1492	<.0001
R-square=0.4240 (Adj R-square=0.4227)			

위는 미국 동부의 펜실베이니아(PA) 주의 한식확산단계 중 '흥미'(종속변수)에 대한 한식인지특성 '복잡성, 관찰가능성', '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 '복잡성, 관찰가능성'과 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'의 모수 추정 값은 각각 0.871, -0.149로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 '복잡성, 관찰가능성'이 한 단위 증가하면 한식확산단계 '흥미'는 0.871배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'은 한 단위 증가하면 한식확산단계 '흥미'는 -0.149배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-76 > 펜실베이니아 주의 한식의 인지된 특성이 '결정'에 미치는 영향

Pennsylvania(PA)		Dependent Variable: 한식확산단계 '결정'	
Analysis of Variance Contribution		F	115.03
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	-0.0433	0.8707
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	0.73904	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	-0.0975	0.042
R-square=0.1992 (Adj R-square=0.1974)			

위는 미국 동부의 펜실베이니아(PA) 주의 한식확산단계 중 '결정'(종속변수)에 대한 한식인지특성 '복잡성, 관찰가능성', '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 '복잡

성, 관찰가능성'과 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'의 모수 추정 값은 각각 0.739, -0.09로 나타났다. 즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 '복잡성, 관찰가능성'이 한 단위 증가하면 한식 확산단계 '결정'은 0.739배 증가한다는 것을 의미한다.

마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'은 한 단위 증가하면 한식확산단계 '결정'은 -0.09배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-77 > 펜실베니아 주의 한식의 인지된 특성이 '실행'에 미치는 영향

Pennsylvania(PA)		Dependent Variable: 한식 확산단계 '실행'	
Analysis of Variance Contribution		F	112.62
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input checked="" type="checkbox"/>	Intercept	0.45513	0.0223
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	0.54795	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	-0.0827	0.0211
R-square=0.1958 (Adj R-square=0.1941)			

위는 미국 동부의 펜실베니아(PA) 주의 한식확산단계 중 '실행'(종속변수)에 대한 한식인지특성 '복잡성, 관찰가능성', '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 '복잡성, 관찰가능성'과 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'의 모수 추정 값은 각각 0.547, -0.082로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 '복잡성, 관찰가능성'이 한 단위 증가하면 한식확산단계 '실행'은 0.547배 증가한다는 것을 의미한다.

마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 '상대적 이점, 적합성, 시도가능성'은 한 단위 증가하면 한식확산단계 '실행'은 -0.082배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-78 > 펜실베니아 주의 한식의 인지된 특성이 '유지'에 미치는 영향

Pennsylvania(PA)		Dependent Variable: 한식 확산단계 '유지'	
Analysis of Variance Contribution		F	350.28
		P-value	<.0001
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	-0.1773	0.4168
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	1.07001	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	-0.2573	<.0001
R-square=0.4312 (Adj R-square=0.4300)			

위는 미국 동부의 펜실베니아(PA) 주의 한식확산단계 중 ‘유지’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘복잡성, 관찰가능성’, ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘복잡성, 관찰가능성’과 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’의 모수 추정 값은 각각 1.070, -0.257로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘복잡성, 관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘유지’는 1.070배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’은 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘유지’는 - 0.257배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-79 > 펜실베니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘재발견’에 미치는 영향

Pennsylvania(PA)		Dependent Variable: 한식확산단계 ‘재발견’	
Analysis of Variance Contribution	F P-value	113.27 <.0001	
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/> Intercept		0.0215	0.9322
<input checked="" type="checkbox"/> 복잡성, 관찰가능성		0.69944	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/> 상대적 이점, 적합성, 시도가능성		-0.1123	0.0138
R-square=0.1971 (Adj R-square=0.1953)			

위는 미국 동부의 펜실베니아(PA) 주의 한식확산단계 중 ‘재발견’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘복잡성, 관찰가능성’, ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘복잡성, 관찰가능성’과 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.699, -0.112로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘복잡성, 관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘재발견’은 0.699배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’은 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘재발견’은 - 0.112배로 감소한다는 것을 의미한다.

라. 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 개혁 결정 과정에 미치는 영향

< 표 3-80 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘인지’에 미치는 영향

Total		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘인지’	
Analysis of Variance Contribution		F	56.44
		P-value	<.0001
Parameter Estimates		P-value	
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.12401	0.8041
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.88091	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성	-0.3492	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	관찰가능성	0.25894	0.0002
R-square=0.3496 (Adj R-square=0.3434)			

위는 미국의 한식 확산단계 중 ‘인지’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’(독립변수 3개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.880, -0.349, 0.258로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식 확산 단계 ‘인지’가 0.880배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘복잡성’이 한 단위 증가하면 한식 확산단계 ‘인지’가 -0.349배로 감소한다는 것을 의미하며, ‘관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식 확산단계 ‘인지’는 0.258배로 증가한다는 것을 의미한다.

< 표 3-81 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘흥미’에 미치는 영향

Total		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘흥미’	
Analysis of Variance Contribution		F	70.09
		P-value	<.0001
Parameter Estimates		P-value	
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.69942	0.0886
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.84097	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성	-0.2437	<.0001
<input type="checkbox"/>	관찰가능성	0.09395	0.0998
R-square=0.4003 (Adj R-square=0.3946)			

위는 미국의 한식 확산단계 중 ‘흥미’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’(독립변수 3개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을

통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’의 모수 추정 값은 각각 0.840, -0.243으로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산 단계 ‘흥미’가 0.840배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘복잡성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘흥미’는 -0.243배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-82 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘결정’에 미치는 영향

Total		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘결정’	
Analysis of Variance Contribution	F P-value	32.64 <.0001	
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/> Intercept		-0.5664	0.3575
<input checked="" type="checkbox"/> 상대적 이점, 적합성		0.81556	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/> 복잡성		-0.315	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/> 관찰가능성		0.35724	<.0001
R-square=0.2371 (Adj R-square=0.2299)			

위는 미국의 한식확산단계 중 ‘결정’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’(독립변수 3개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.815, -0.315, 0.357로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산 단계 ‘결정’는 0.815배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘복잡성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘결정’가 -0.315배로 감소한다는 것을 의미하며, ‘관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘결정’는 0.357배로 증가한다는 것을 의미한다.

< 표 3-83 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘실행’에 미치는 영향

Total		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘실행’	
Analysis of Variance Contribution	F P-value	38.32 <.0001	
Parameter Estimates			P-value
<input checked="" type="checkbox"/> Intercept		-1.0094	0.0273
<input checked="" type="checkbox"/> 상대적 이점, 적합성		0.71848	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/> 복잡성		-0.1178	0.0394
<input checked="" type="checkbox"/> 관찰가능성		0.21968	0.0006
R-square=0.2674 (Adj R-square=0.2604)			

위는 미국의 한식확산단계 중 ‘실행’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’(독립변수 3개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.718, -0.117, 0.219로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘실행’은 0.718배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘복잡성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘실행’은 -0.117배로 감소한다는 것을 의미하며, ‘관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘실행’은 0.219배로 증가한다는 것을 의미한다.

< 표 3-84 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘유지’에 미치는 영향

Total		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘유지’	
Analysis of Variance Contribution		F	66.65
		P-value	<.0001
Parameter Estimates		P-value	
<input type="checkbox"/>	Intercept	-0.2229	0.6548
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	1.0103	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성	-0.2761	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	관찰가능성	0.14341	0.0391
R-square=0.3883 (Adj R-square=0.3825)			

위는 미국의 한식확산단계 중 ‘유지’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’(독립변수 3개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 1.010, -0.276, 0.143으로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘유지’는 1.010배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인이 고정되어있다고 할 때 ‘복잡성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘유지’는 -0.276배로 감소한다는 것을 의미하며, ‘관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘유지’는 0.143배로 증가한다는 것을 의미한다.

< 표 3-85 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘재발견’에 미치는 영향

Total		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘재발견’	
Analysis of Variance Contribution		F	26.74
		P-value	<.0001
Parameter Estimates		P-value	
<input checked="" type="checkbox"/>	Intercept	-1.8827	0.0029
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.86226	<.0001
<input type="checkbox"/>	복잡성	0.02985	0.7042
<input type="checkbox"/>	관찰가능성	0.14335	0.1015
R-square=0.2030 (Adj R-square=0.1954)			

위는 미국의 한식확산단계 중 ‘재발견’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’(독립변수 3개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’의 모수 추정 값은 0.862로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산 단계 ‘재발견’은 0.862배 증가한다는 것을 의미한다.

### 3. 한식의 인지된 특성이 한식 확산의 결정 단계에 미치는 영향

#### 가. 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 한식 확산의 결정 단계에 미치는 영향

< 표 3-86 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 ‘인지, 흥미, 유지’에 미치는 영향

Arkansas(AR)		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’	
Analysis of Variance Contribution		F	69.41
		P-value	<.0001
Parameter Estimates		P-value	
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.52425	0.1189
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.81536	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성	-0.1294	0.0388
<input checked="" type="checkbox"/>	관찰가능성	-0.1492	0.0019
<input type="checkbox"/>	시도가능성	0.07787	0.2469
R-square=0.4615 (Adj R-square=0.4548)			

위는 아칸소(AR)지역의 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’(종속변수)에 대한 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’, ‘시도가능성’(독립변수 4개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <math><0.0001</math>을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적합성’과 한식인지특성 ‘복잡성’, ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.815, -0.129, -0.149로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’가 0.815배 증가한다는 것을 의미하며, 마찬가지로 다른 요인 고정되어있다고 할 때 ‘복잡성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’가 -0.129배로 감소한다는 것을 의미한다. 또한 관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’가 -0.149로 감소한다는 것을 의미하며, 이때의 결정계수는 0.46으로 나타났다.

< 표 3-87 > 아칸소 주의 한식의 인지된 특성이 ‘실행, 결정, 재발견’에 미치는 영향

Arkansas(AR)		Dependent Variable: 한식확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’	
Analysis of Variance Contribution		F	9.03
		P-value	<math><0.0001</math>
Parameter Estimates			P-value
<input checked="" type="checkbox"/>	Intercept	0.81533	0.0211
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.29742	<math><0.0001</math>
<input type="checkbox"/>	복잡성	-0.0177	0.7871
<input checked="" type="checkbox"/>	관찰가능성	-0.1268	0.0115
<input type="checkbox"/>	시도가능성	0.01954	0.7816
R-square=0.1003 (Adj R-square=0.0892)			

위는 미국 중부의 아칸소(AR)지역의 한식확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’(종속변수)에 대한 한식인지특성인 상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’, ‘시도가능성’(독립변수 4개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <math><0.0001</math>을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성’과 한식인지특성 ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.297, -0.126으로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 한식의 인지된 특성 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’은 0.297배 증가한다는 것을 의미한다. 마찬가지로 다른 요인 고정되어있다고 한식의 인지된 특성 ‘관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계

‘실행, 결정, 재발견’은 -0.126으로 감소한다는 것을 의미하며, 이때의 결정계수는 0.100으로 나타났다.

**나. 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 한식 확산의 결정 단계에 미치는 영향**

미국 서부의 펜실베니아(CA)지역의 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’(종속변수)에 대한 한식의 인지된 특성 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’, ‘복잡성, 관찰가능성’(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’과 ‘복잡성, 관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 1.012, -0.244로 나타났다.

< 표 3-88 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘인지, 흥미, 유지’에 미치는 영향

California(CA)		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’	
Analysis of Variance Contribution	F	206.75	
	P-value	<.0001	
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.37129	0.1423
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	1.01203	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	-0.2446	<.0001
R-square=0.5997 (Adj R-square=0.5968)			

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’가 1.012배 증가한다는 것을 의미하며, 마찬가지로 다른 요인 고정되어있다고 할 때 ‘복잡성, 관찰가능성’ 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’가 -0.244배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-89 > 캘리포니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘실행, 결정, 재발견’에 미치는 영향

California(CA)		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’	
Analysis of Variance Contribution	F	16.80	
	P-value	<.0001	
Parameter Estimates			P-value
<input checked="" type="checkbox"/>	Intercept	0.80136	0.0145
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	0.23735	0.0003
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	0.1905	0.0066
R-square=0.1085 (Adj R-square=0.1020)			

위는 미국 서부의 캘리포니아(CA)지역의 한식확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’(종속변수)에 대한 한식의 인지된 특성 인 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’, ‘복잡성, 관찰가능성’(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <math><0.0001</math>을 보아 회귀 모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식인지특성 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’과 한식인지특성 ‘복잡성, 관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.237, 0.190으로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’은 0.237배 증가한다는 것을 의미하며, 마찬가지로 다른 요인 고정되어있다고 할 때 ‘복잡성, 관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’은 0.190배로 증가한다는 것을 의미한다.

#### 다. 펜실베니아 주의 한식의 인지된 특성이 한식 확산의 결정 단계에 미치는 영향

< 표 3-90 > 펜실베니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘인지, 흥미, 유지’에 미치는 영향

Pennsylvania(PA)		Dependent Variable: 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’	
Analysis of Variance Contribution	F	467.74	
	P-value	<math><.0001</math>	
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/> Intercept		0.22496	0.2237
<input checked="" type="checkbox"/> 복잡성, 관찰가능성		1.04741	<math><.0001</math>
<input checked="" type="checkbox"/> 상대적 이점, 적합성, 시도가능성		-0.2634	<math><.0001</math>
R-square=0.5028 (Adj R-square=0.5017)			

위는 미국 동부의 펜실베니아(CA) 주의 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’(종속변수)에 대한 한식의 인지된 특성 ‘복잡성, 관찰가능성’, ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <math><0.0001</math>을 보아 회귀 모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식의 인지된 특성 ‘복잡성, 관찰가능성’과 한식의 인지된 특성 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’의 모수 추정 값은 각각 1.047, -0.263으로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘복잡성, 관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단

계 ‘인지, 흥미, 유지’가 1.047배 증가한다는 것을 의미하며 마찬가지로 다른 요인 고정되어있다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’는 -0.263배로 감소한다는 것을 의미한다.

미국 동부의 펜실베니아(CA) 주의 한식확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’(종속변수)에 대한 한식의 인지된 특성 ‘복잡성, 관찰가능성’, ‘상대적 이점, 적합성, 시도가능성’(독립변수 2개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식의 인지된 특성 ‘복잡성, 관찰가능성’의 모수 추정 값은 0.364로 나타났다.

< 표 3-91 > 펜실베니아 주의 한식의 인지된 특성이 ‘실행, 결정, 재발견’에 미치는 영향

Pennsylvania(PA)		Dependent Variable: 한식확산단계 ‘결정실행유지’	
Analysis of Variance Contribution	F	44.63	
	P-value	<.0001	
Parameter Estimates			P-value
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.43743	0.0514
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성, 관찰가능성	0.36406	<.0001
<input type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성, 시도가능성	0.03601	0.3727
R-square=0.0880 (Adj R-square=0.0860)			

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘복잡성, 관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식확산단계 ‘실행, 결정 재발견’은 0.364배 증가한다는 것을 의미하며, 이때의 결정계수는 0.08로 나타났다.

#### 라. 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 한식 확산의 결정 단계에 미치는 영향

미국의 한식확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’(종속변수)에 대한 한식의 인지된 특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’(독립변수 3개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식의 인지된 특성 ‘상대적 이점, 적합성’과 한식의 인지된 특성 ‘복잡성’의 모수 추정 값은 각각 0.973, -0.327로 나타났다.

< 표 3-92 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘인지, 흥미, 유지’에 미치는 영향

Total		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’	
Analysis of Variance Contribution		F	96.11
		P-value	<.0001
Parameter Estimates		P-value	
<input type="checkbox"/>	Intercept	0.64698	0.1224
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.97349	<.0001
<input checked="" type="checkbox"/>	복잡성	-0.3275	<.0001
<input type="checkbox"/>	관찰가능성	0.08592	0.1399
R-square=0.4779 (Adj R-square=0.4729)			

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식 확산 단계 ‘인지, 흥미, 유지’가 0.973배 증가한다는 것을 의미하며, 마찬가지로 다른 요인 고정되어 있다고 할 때 ‘복잡성’은 한 단위 증가하면 한식 확산단계 ‘인지, 흥미, 유지’가 -0.327배로 감소한다는 것을 의미한다.

< 표 3-93 > 미국 조사 지역의 한식의 인지된 특성이 ‘실행, 결정, 재발견’에 미치는 영향

Total		Dependent Variable: 한식 확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’	
Analysis of Variance Contribution		F	24.01
		P-value	<.0001
Parameter Estimates		P-value	
<input checked="" type="checkbox"/>	Intercept	-1.6124	0.0038
<input checked="" type="checkbox"/>	상대적 이점, 적합성	0.59104	<.0001
<input type="checkbox"/>	복잡성	-0.0598	0.3878
<input checked="" type="checkbox"/>	관찰가능성	0.3785	<.0001
R-square=0.1861 (Adj R-square=0.1783)			

위는 미국의 한식 확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’(종속변수)에 대한 한식의 인지된 특성 ‘상대적 이점, 적합성’, ‘복잡성’, ‘관찰가능성’(독립변수 3개)의 영향력을 알아보기 위한 다중회귀분석 결과로, F통계량 값과 유의확률 <0.0001을 보아 회귀모형의 적합성은 유의하다고 판단되며, 두 번째 유의확률을 통해서 유의하다고 판단되는 변수인 한식의 인지된 특성 ‘상대적 이점, 적합성’과 한식의 인지된 특성 ‘관찰가능성’의 모수 추정 값은 각각 0.591, 0.378로 나타났다.

즉, 다른 요인이 변하지 않는다고 할 때 ‘상대적 이점, 적합성’이 한 단위 증가하면 한식 확산 단계 ‘실행, 결정, 재발견’은 0.591배 증가한다는 것을 의미하며, 마찬가지로 다른 요인 고정되어 있다고 할 때 ‘관찰가능성’이 한 단위 증가하면 한식 확산단계 ‘실행, 결정, 재발견’은 0.378배 증가한다는 것을 의미하며, 이때의 결정계수는 0.186으로 나타났다.

## 제 4 절. 수용자 범주별 한식의 확산 단계

### 1. 수용자 범주별 한식 확산 결정 단계

개혁결정과정(Innovation-Decision Process)을 여섯 가지 단계로 나눈 후, 각 수용자 범주별로 응답한 평균값을 비교해 보았다.

혁신자(Innovators)의 경우 개혁결정단계에서 유지단계가 4.8821로 가장 큰 평균값을 보였으며, 그 다음이 4.2269로 인지단계가 두 번째로 큰 평균값으로 나타났다. 이에 반해 실행단계가 2.9361로 가장 작은 평균값으로 나왔으며, 3.2279로 결정단계가 두 번째로 작은 평균값으로 나타났다.

< 표 3-94 > 수용자 범주별 개혁결정단계

	인지	흥미	결정	실행	유지	재발견
혁신자	3.8299	4.2269	3.2279	2.9361	4.3821	3.3191
초기채택자	3.6618	3.9456	3.3058	2.8665	3.8989	2.9102
초기대다수	3.4080	3.6931	3.0400	2.5431	3.6195	2.5407
후기대다수	3.3388	3.5541	3.0738	2.6284	3.5410	2.6230
비혁신자	2.5208	2.8906	2.3958	2.1667	2.7500	2.0833

초기채택자(Early adopters)의 경우 근소한 차이기는 하나 혁신자와 달리 흥미단계가 3.9456으로 가장 큰 평균값을 보였으며, 유지단계가 3.8989로 두 번째로 큰 평균값을 보였다. 하지만 혁신자와 마찬가지로 2.8665로 실행단계가 가장 작은 평균값을 이루었으며, 그 뒤를 이어 2.9102로 재발견이 가장 작은 평균값으로 나타났다.

초기대다수(Early majority)의 경우 흥미단계가 3.6931, 유지단계가 3.6195로 가장 큰 평균값은 초기채택자와 동일한 결과를 보였으나 가장 작은 평균값으로는 2.5407로 재발견단계가 차지하였으며, 두 번째로 작은 평균값으로는 2.5431로 실행단계가 차지하였다.

후기대다수(Late majority), 비혁신자(Laggard)의 경우 흥미단계가 각각 3.5541, 2.8906으로 나타났다. 유지단계는 각각 3.5410, 2.7500으로 초기대다수와 동일한 결과를 보였다. 가장 작은

평균값은 재발견단계가 각각 2.6230, 2.0833, 실행단계가 각각 2.6284, 2.1667로 이 또한 초기대다수와 동일한 결과를 보였다.

이를 종합해보면, 혁신자들은 개혁결정단계에서 유지단계가 가장 중요하며, 그 다음으로 흥미단계가 중요하다고 생각하며, 초기채택자, 초기대다수, 후기대다수, 비혁신자들은 흥미를 가장 중요하다고 생각하며 그 다음으로 유지를 중요하다고 생각한다는 것을 알 수 있다. 하지만 유지단계와 흥미단계 값의 차이가 근소하므로 둘 중 어느 것이 더 중요하다고 분명하게 규명 짓기에는 어려움이 있다. 따라서 개혁결정단계에서 유지단계와 흥미단계 둘 다 중요하게 생각하는 것으로 볼 수 있다.

## 2. 수용자 범주별 한식 확산 초기 개혁 방법

조사 대상자의 수용자 범주별 혁신에 대한 초기개혁방법을 측정하기 위해 빈도분석을 실시하였다. 이는 복수 응답이 가능한 문항이었으며 빈도의 합이 다르기 때문에 비율로 비교하였다.

< 표 3-95 > 수용자 범주별 초기개혁방법

		Restaurant	Someone's house	Store	No experience	합계
혁신자	빈도	319	140	112	35	606
	%	(52.64)	(23.10)	(18.48)	(5.78)	(100.00)
초기 채택자	빈도	136	43	32	47	258
	%	(52.71)	(16.67)	(12.40)	(18.22)	(100.00)
초기 대다수	빈도	112	41	30	41	224
	%	(50.00)	(18.30)	(13.39)	(18.30)	(100.00)
후기 대다수	빈도	36	15	13	17	81
	%	(44.44)	(18.52)	(16.05)	(20.99)	(100.00)
비혁신자	빈도	16	10	2	25	53
	%	(30.19)	(18.87)	(3.77)	(47.17)	(100.00)

혁신자(Innovators)의 52.6%가 ‘레스토랑에서 한식을 처음 접해봤다(I ate at a restaurant)’고 응답하였으며 그 다음으로 23.1%가 ‘누군가의 집에서 한식을 처음 접해봤다(I was served in someone's house)’고 하였다. ‘가게에서 직접 구매하였다(I purchased it in a store)’는 응답자는 18.5%였으며 ‘한식을 먹어 본 적이 없다(I have not had Korean food)’고 대답한 응답자도 5.8% 있었지만 5개의 수용자 범주 중 가장 작은 수치를 기록하였다.

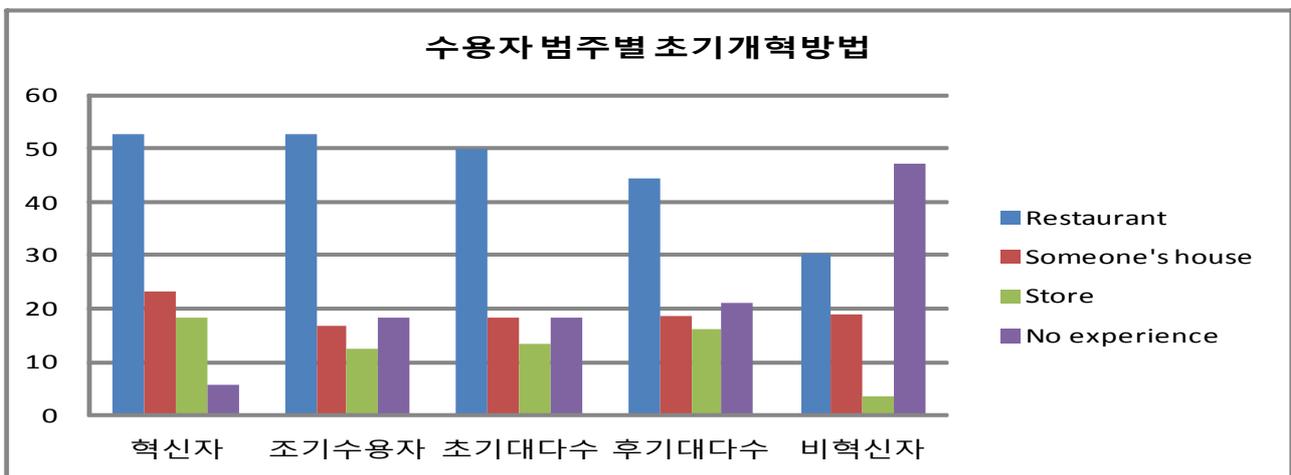
초기채택자(Early adopters)는 52.7%로 과반수이상이 레스토랑에서 한식을 처음 접해봤다고

응답하였다. 누군가의 집에서 한식을 처음 접해보았거나 가게에서 직접 구매하여 접한 응답자는 각각 16.7%, 12.4%를 차지하였다. 마지막으로 한식을 먹어 본 적이 없다고 대답한 응답자가 18.2%로 전체 응답자 중 무경험자의 비율이 혁신자(5.8%)보다 더 큰 비율을 보인 것을 알 수 있다.

초기대다수(Early majority)는 50%가 레스토랑에서 한식을 처음 접해왔으며, 그 뒤를 이어 누군가의 집에서 처음 접해왔다는 응답이 18.3%, 가게에서 직접 구매했다는 응답이 13.4%를 차지하였다. 한식을 먹어 본 적이 없다는 응답도 18.3%를 차지하였다.

후기대다수(Late majority)는 혁신자와 초기채택자, 초기대다수와는 다르게 50%미만인 44.4%만 레스토랑에서 한식을 처음 접해왔다고 응답하였다. 누군가의 집에서 한식을 처음 접해왔다는 응답은 18.5%로 초기채택자와 초기대다수의 비율과 큰 차이를 보이지 않았다. 가게에서 구매하여 처음 접해보았다는 응답은 16.1%로 초기채택자와 초기대다수보다 약간 높은 수치를 보였으며, 한식을 먹어본 적이 없다는 응답은 21.0%로 나타났다.

비혁신자(Laggard)는 레스토랑에서 처음 한식을 접해보았다는 응답이 30.2%로 5개의 수용자 범주 중 가장 낮은 비율을 차지하였다. 하지만 누군가의 집에서 한식을 처음 접해보았다는 응답은 18.9%로 나머지 4개의 수용자 범주와 큰 차이를 보이지 않았다. 하지만 가게에서 구매해서 한식을 접해보았다는 응답은 3.8%로 나머지 4개의 수용자 범주와 큰 차이를 보였다. 이는 보수적이며, 능동적으로 개혁을 받아들이려는 의지가 적은 비혁신자의 특징을 잘 나타내주고 있다. 또한 한식을 경험해 본 적이 없다는 응답이 47.2%로 나머지 4개의 수용자 범주 중 가장 큰 비율을 나타냈다.



< 그림 3-49 > 수용자 범주별 초기 개혁 방법

이를 종합해보면 5개의 수용자 범주 모두 레스토랑에서 한식을 처음 접해보았다는 응답이 가장 많았다. 또한 혁신자에서 비혁신자로 갈수록 ‘한식을 먹어 본 적이 없다(I have not had Korean food)’라고 응답한 비율이 높아지는 것을 보면 혁신자일수록 새로운 개혁에 대해 관심이 많고 수용도가 높으며, 비혁신자일수록 보수적이고 전통적인 가치관을 가지고 있다는 이론과 상응한 결과라고 볼 수 있다.

### 3. 수용자 범주별 한식 확산 커뮤니케이션 채널

#### 가. 수용자 범주별 한식의 의견지도자

조사대상자들을 혁신자(Innovators), 초기채택자(Early adopter), 초기대다수(Early majority), 후기대다수(Late majority), 비혁신자(Laggards) 5개의 수용자 범주로 나눈 후 범주별 의견지도자 비율을 살펴보았다. 이는 복수 응답이 가능한 문항이었으며 빈도의 합이 다르기 때문에 비율로 비교하였다.

< 표 3-96 > 수용자범주에 따른 한식의 의견 지도자

		Y	Co	P	Ch	A	B	F	O	합계
혁신자	n	212	75	51	10	10	15	183	14	570
	%	(37.19)	(13.16)	(8.98)	(1.75)	(1.75)	(2.63)	(32.11)	(2.46)	(100.00)
초기 채택자	n	75	21	30	3	10	6	99	6	250
	%	(30.00)	(8.40)	(12.00)	(1.20)	(4.00)	(2.40)	(39.60)	(2.40)	(100.00)
초기 대다수	n	46	24	28	4	2	2	91	1	198
	%	(23.23)	(12.12)	(14.14)	(2.02)	(1.01)	(1.01)	(45.96)	(0.51)	(100.00)
후기 대다수	n	23	13	6	0	3	1	22	0	68
	%	(33.82)	(19.12)	(8.82)	(0.00)	(4.41)	(1.47)	(32.35)	(0.00)	(100.00)
비 혁신자	n	21	7	7	2	1	1	12	4	55
	%	(38.18)	(12.73)	(12.73)	(3.64)	(1.82)	(1.82)	(21.82)	(7.27)	(100.00)

Note: Y=Yourself, Co=Colleagues, P=Spouse/partner/companion, Ch=Children, A=Professional affiliation, B=Business organization, F=Friends or relatives, O=other

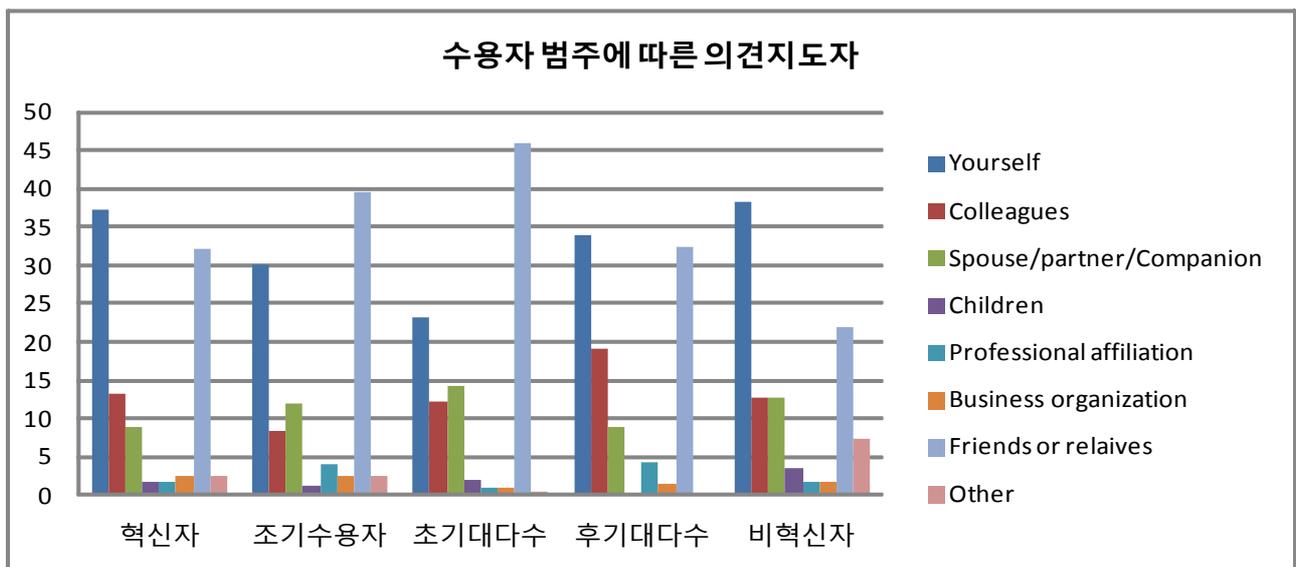
혁신자(Innovators)는 한식을 먹기로 결정할 때 가장 영향력을 많이 주는 사람으로 ‘내 자신(Yourself)’이 37.2%로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 두 번째로 ‘친구 또는 친척(Friends or relatives)’이 32.1%를 차지하였다.

초기채택자(Early adopter)는 혁신자와는 다르게 ‘친구 또는 친척(Friends or relatives)’이 39.6%를 차지하면서 가장 영향력을 많은 사람이라고 응답하였으며, 그 다음으로 ‘내 자신(Yourself)’이 30.0% 두 번째로 높은 비율을 차지하였다.

초기대다수(Early majority)는 ‘친구 또는 친척(Friends or relatives)’이 46.0%를 차지하면서 가장 영향력을 많은 사람이라고 응답하였으며, 그 다음으로 ‘내 자신(Yourself)’이 23.2%로 ‘친구 또는 친척(Friends or relatives)’과 큰 격차를 보이며 두 번째로 높은 비율을 차지하면서 초기 채택자와 동일한 결과를 보였다.

후기대다수(Late majority)는 ‘내 자신(Yourself)’이 한식을 먹기로 결정할 때 가장 영향력을 많이 준다고 33.8%가 응답하였으며, 그 다음으로 1.4%의 근소한 차이로 ‘친구 또는 친척(Friends or relatives)’이 32.4%를 차지하였다.

마지막으로 비혁신자(Laggards)의 경우 38.2%가 ‘내 자신(Yourself)’이라고 응답하였으며, 21.2%가 ‘친구 또는 친척(Friends or relatives)’를 선택하였다.



< 그림 3-50 > 수용자 범주에 따른 한식의 의견지도자 유형

### 나. 수용자 범주별 한식의 커뮤니케이션 채널

조사대상자들을 혁신자(Innovators), 초기채택자(Early adopter), 초기대다수(Early majority), 후기대다수(Late majority), 비혁신자(Laggards) 5개의 수용자 범주로 한식에 관한 정보를 얻기 위해 사용하는 커뮤니케이션 채널을 측정하기 위해 비율로 분석 결과를 살펴보았다.

< 표 3-97 > 수용자 범주별 한식의 커뮤니케이션 채널

		W	Re	T	I	M	Y	L	Ra	E	No	합계
혁신자	n	292	89	50	236	24	13	25	6	27	62	824
	%	(35.44)	(10.80)	(6.07)	(28.64)	(2.91)	(1.58)	(3.03)	(0.73)	(3.28)	(7.52)	(100)
초기 채택자	n	110	29	28	93	8	13	14	4	15	45	359
	%	(30.64)	(8.08)	(7.80)	(25.91)	(2.23)	(3.62)	(3.90)	(1.11)	(4.18)	(12.54)	(100)
초기 대다수	n	96	26	18	90	13	8	5	0	16	33	305
	%	(31.48)	(8.53)	(5.90)	(29.51)	(4.26)	(2.62)	(1.64)	(0.00)	(5.25)	(10.82)	(100)
후기 대다수	n	25	5	5	28	4	6	3	1	6	14	97
	%	(25.77)	(5.16)	(5.16)	(28.87)	(4.12)	(6.19)	(3.09)	(1.03)	(6.19)	(14.43)	(100)
비 혁신자	n	18	6	6	14	8	2	0	0	1	18	73
	%	(24.66)	(8.22)	(8.22)	(19.18)	(10.96)	(2.74)	(0.00)	(0.00)	(1.37)	(24.66)	(100)

Note: W=Word of mouth, Re=Restaurant guide, T=TV, I=Internet, M=Magazines, Y=Yellow Pages, L=Local newspapers, Ra=Radio, E=Exterior display, No=I have not searched for Korean food

혁신자(Innovators)의 경우 ‘구전(Word of mouth)’이 35.44%(292개)로 한식 정보를 얻기 위한 커뮤니케이션 채널 중 가장 높은 비율을 차지하였으며, 그 다음으로 ‘인터넷(Internet)’이 28.64%(236개)로 두 번째로 높은 비율을 차지하였다.

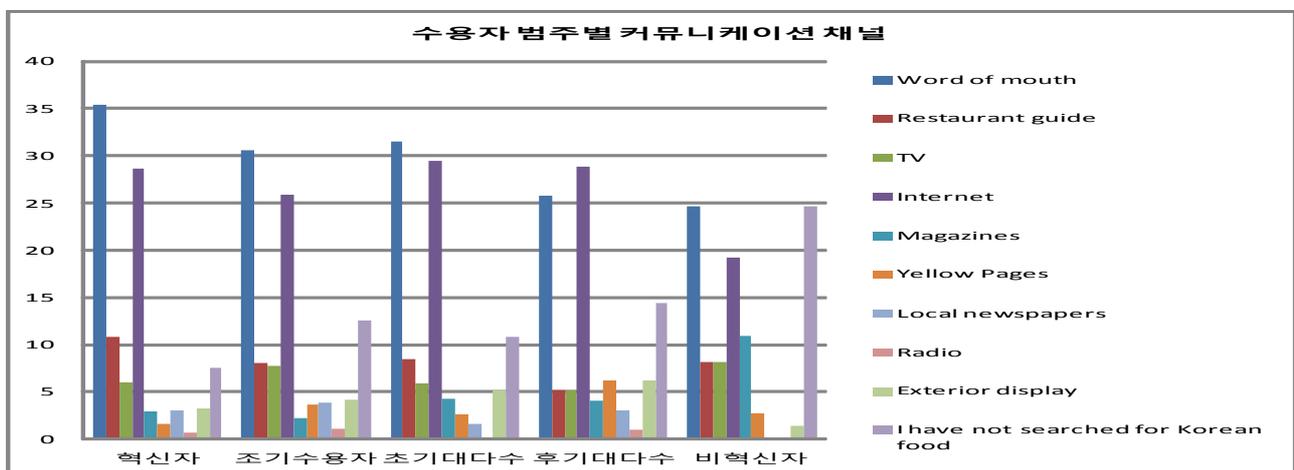
이 밖에 ‘레스토랑 가이드북(Restaurant guide)’이 10.8%(89개)를 차지하였으며 ‘나는 한식을 먹어 본 적이 없다(I had not have Korean food)’라고 응답한 혁신자도 7.52%(62개)나 되었다. TV는 6.07%(50개)를 차지하였으며, ‘외부(Exterior display)’와 ‘지역신문(Local newspaper)’, ‘잡지(Magazine)’는 각각 3.28%(27개), 3.03%(25개), 2.91%(24개)로 비슷한 비율을 보였다. ‘전화번호부(Yellow paper)’, ‘라디오(Radio)’는 각각 1.58%(13개), 0.73%(6개)로 낮은 비율을 차지하였다.

초기채택자(Early adopter)의 경우 ‘구전(Word of mouth)’이 30.64%(110개)로 가장 높은 비율을 보였으며, 그 다음으로 25.91%(93개)로 ‘인터넷(Internet)’을 많이 사용한다고 응답하였다. 세 번째는 ‘나는 한식을 먹어 본 적이 없다(I had not have Korean food)’가 12.54%(45개)로 차지하였다. ‘레스토랑 가이드북(Restaurant guide)’과 ‘TV’는 각각 8.08%(29개), 7.8%(28개)로 근소한 차이를 보였으며, ‘외부(Exterior display)’, ‘지역신문(Local newspaper)’, ‘전화번호부(Yellow paper)’가 각각 4.18%(15개), 3.9%(14개), 3.62%(13개)로 나타났다. 이밖에 ‘잡지(Magazine)’과 ‘라디오(Radio)’가 2.23%(8개), 1.11%(4개)로 낮은 비율을 차지하였다.

초기대다수(Early majority)의 경우 ‘구전(Word of mouth)’이 31.48%(96개)로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 두 번째로 ‘인터넷(Internet)’이 29.51%(90개)를 나타냈다. 세 번째는 8.53%(26개)로 ‘레스토랑 가이드북(Restaurant guide)’이 차지하였다. ‘TV’와 ‘나는 한식을 먹어 본 적이 없다(I had not have Korean food)’, ‘외부(Exterior display)’, ‘잡지(Magazine)’가 각각 5.9%(18개), 5.25%(16개), 4.26%(13개)를 나타냈다. ‘전화번호부(Yellow paper)’와 ‘지역신문(Local newspaper)’는 각각 2.62%(8개), 1.64%(5개)를 차지하였으며 ‘라디오(Radio)’는 0%였다.

후기대다수(Late majority)는 ‘인터넷(Internet)’사용이 28.87%(28개)로 가장 많았으며, ‘구전(Word of mouth)’이 25.77%(25개)로 근소한 차이로 두 번째로 많이 사용하는 커뮤니케이션 채널이라는 결과가 나왔다. 세 번째는 ‘나는 한식을 먹어 본 적이 없다(I had not have Korean food)’가 14.43%(14명)를 차지하였다. 그 다음으로 ‘전화번호부(Yellow paper)’, 외부(Exterior display)’가 각각 6.19%(6개)로 같은 비율을 나타냈다. 반면 다른 범주에서 사용률이 높았던 ‘레스토랑 가이드북(Restaurant guide)’과 ‘TV’가 각각 5.16%(5개)로 낮은 비율을 보였다. 가장 낮은 사용률을 보인 커뮤니케이션 채널은 ‘라디오(Radio)’로 1.03%(1개)를 나타냈다.

비혁신자(Laggard)의 경우 가장 많이 사용하는 커뮤니케이션 채널은 ‘구전(Word of mouth)’으로 24.66%(18개)이었으나 ‘나는 한식을 먹어본 적이 없다(I had not have Korean food)’ 또한 24.66%(24개)로 가장 높은 비율을 차지하였다. 두 번째로 높은 비율은 ‘인터넷(Internet)’으로 19.18%(14개)를 나타냈다. 이밖에 ‘잡지(Magazine)’이 10.96%(8개)를 차지하였으며, ‘레스토랑 가이드북(Restaurant guide)’와 ‘TV’가 8.22%(6개)로 동일한 비율을 보였다. 낮은 비율로는 ‘전화번호부(Yellow paper)’와 ‘외부(Exterior display)’가 각각 2.74%(2개), 1.37%(1개)를 차지하였다. ‘지역신문(Local newspaper)’과 ‘라디오(Radio)’는 0%로 측정되었다.



< 그림 3-51 > 수용자 범주별 한식의 커뮤니케이션 채널 유형

#### 4. 수용자범주특성에 대한 개혁 결정 단계 로지스틱 회귀분석 결과

< 표 3-98 > 아칸소 주의 수용자범주특성에 대한 개혁 결정 단계의 로지스틱 회귀분석

Arkansas(AR)		Chi-Square	P-value
<b>Summary of Stepwise Selection</b>			
흥미		5.035	0.0248
재발견		36.647	<.0001
<b>Odds Ratio Estimates</b>		<b>Point Estimate</b>	
흥미		1.465	
재발견		1.284	

위는 미국 중부의 아칸소(AR)지역의 수용자범주특성(종속변수)에 영향을 줄 것으로 생각되는 한식확산적응단계는 ‘흥미’와 ‘재발견’으로 나타났다. 이는 두 변수의 유의확률이 유의수준 0.05보다 작게 나타났기 때문이다.

유의하다고 판단된 두 변수의 점 추정값은 1.465와 1.284로, 다른 변수가 고정되어있을 때 흥미 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 1.465배 증가하고, 마찬가지로 다른 변수가 고정되어있을 때 재발견 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 1.284배 증가하는 것으로 해석 할 수 있다.

< 표 3-99 > 캘리포니아 주의 수용자범주특성에 대한 개혁 결정 단계의 로지스틱 회귀분석

California(CA)		Chi-Square	P-value
<b>Summary of Stepwise Selection</b>			
흥미		44.953	<.0001
재발견		10.709	0.0011
<b>Odds Ratio Estimates</b>		<b>Point Estimate</b>	
흥미		1.487	
재발견		1.343	

위는 미국 서부의 캘리포니아(CA)지역의 수용자범주특성(종속변수)에 영향을 줄 것으로 생각되는 한식확산적응단계는 ‘흥미’와 ‘재발견’으로 나타났다. 이는 두 변수의 유의확률이 유의수준 0.05보다 작게 나타났기 때문이다.

유의하다고 판단된 두 변수의 점 추정값은 1.487과 1.343으로, 다른 변수가 고정되어있을 때 흥미 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 1.487배 증가하고, 마찬가지로 다른 변수가 고정되어있을 때 재발견 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 1.343배 증가하는 것으로

해석 할 수 있다.

< 표 3-100 > 펜실베니아 주의 수용자범주특성에 대한 개혁 결정 단계의 로지스틱 회귀분석

Pennsylvania(PA)		Chi-Square	P-value
<b>Summary of Stepwise Selection</b>			
결정		5.778	0.0162
유지		13.448	0.0002
<b>Odds Ratio Estimates</b>		<b>Point Estimate</b>	
결정		0.814	
유지		1.498	

위는 미국 동부의 펜실베니아(PA)지역의 수용자범주특성(종속변수)에 영향을 줄 것으로 생각되는 한식 확산 적응단계는 ‘결정’과 ‘유지’으로 나타났다. 이는 두 변수의 유의확률이 유의수준 0.05보다 작게 나타났기 때문이다.

유의하다고 판단된 두 변수의 점 추정 값은 0.814와 1.498로, 다른 변수가 고정되어있을 때 결정 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 0.814배 증가하고, 마찬가지로 다른 변수가 고정되어있을 때 유지 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 1.498배 증가하는 것으로 해석 할 수 있다.

< 표 3-101 > 미국 조사 지역의 수용자범주특성에 대한 개혁 결정 단계의 로지스틱 회귀분석

Total		Chi-Square	P-value
<b>Summary of Stepwise Selection</b>			
흥미		<.0001	<.0001
결정		15.146	<.0001
실행		5.146	0.0233
유지		59.147	<.0001
재발견		12.367	<.0001
<b>Odds Ratio Estimates</b>		<b>Point Estimate</b>	
흥미		1.427	
결정		0.715	
실행		0.823	
유지		0.823	
재발견		1.301	

위는 미국 조사 지역의 수용자범주특성(종속변수)에 영향을 줄 것으로 생각되는 한식 확산 적응단계는 ‘흥미’, ‘결정’, ‘실행’, ‘유지’, ‘재발견’으로 나타났다. 이는 이 변수들의 유의확률이 유의 수준 0.05보다 작게 나타났기 때문이다.

유의하다고 판단된 변수들의 점 추정 값은 1.427, 0.715, 0.823, 0.823, 1.301로 다른 변수가 고정되어있을 때 흥미 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 1.427배 증가하고, 마찬가지로 다른 변수가 고정되어있을 때 결정 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 0.715배 증가하며 실행 변수가 한 단위 증가하면 수용자 범주 특성이 0.823배 증가하며, 유지 변수가 한 단위 증가하면 수용자 범주 특성이 0.823배 증가하고, 재발견 변수가 한 단위 증가하면 수용자 범주 특성이 1.301배 증가하는 것으로 해석 할 수 있다.

## 5. 수용자 범주 특성에 대한 한식 확산 결정 단계 로지스틱 회귀분석 결과

< 표 3-102 > 아칸소 주의 수용자범주특성에 대한 한식 확산 결정 단계의 로지스틱 회귀분석

Arkansas(AR)		Chi-Square	P-value
<b>Summary of Stepwise Selection</b>			
인지, 흥미, 유지		42.460	<.0001
<b>Odds Ratio Estimates</b>		<b>Point Estimate</b>	
인지, 흥미, 유지		1.744	

위는 미국 중부의 아칸소(AR) 지역의 수용자범주특성(종속변수)에 영향을 줄 것으로 생각되는 한식 확산 적응단계는 ‘인지, 흥미, 유지’ 하나로 나타났다. 이 변수의 유의확률이 유의수준 0.05보다 작게 나타났기 때문이다. 유의하다고 판단된 이 변수의 점 추정값은 1.744로, 다른 변수가 고정되어있을 때 ‘인지, 흥미, 유지’ 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 1.744배 증가한다는 것을 알 수 있다.

< 표 3-103 > 캘리포니아 주의 수용자범주특성에 대한 한식 확산 결정 단계의 로지스틱 회귀분석

California(CA)		Chi-Square	P-value
<b>Summary of Stepwise Selection</b>			
인지, 흥미, 유지		56.772	<.0001
<b>Odds Ratio Estimates</b>		<b>Point Estimate</b>	
인지, 흥미, 유지		1.846	

위는 미국 서부의 캘리포니아(CA)지역의 수용자범주특성(종속변수)에 영향을 줄 것으로 생각되는 한식 확산 적응단계는 ‘인지, 흥미, 유지’ 하나로 나타났다. 이 역시 변수의 유의확률이 유의수준 0.05보다 작게 나타났기 때문이다. 유의하다고 판단된 이 변수의 점 추정 값은 1.846으로, 다른 변수가 고정되어있을 때 ‘인지, 흥미, 유지’ 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 1.846배 증가한다는 것을 알 수 있다.

< 표 3-104 > 펜실베니아 주의 수용자범주특성에 대한 한식 확산 결정 단계의 로지스틱 회귀분석

Pennsylvania(PA)		
	Chi-Square	P-value
<b>Summary of Stepwise Selection</b>		
인지, 흥미, 유지	16.051	<.0001
결정, 실행, 재발견	14.060	0.0002
<b>Odds Ratio Estimates</b>		
	<b>Point Estimate</b>	
인지, 흥미, 유지	1.621	
결정, 실행, 재발견	0.730	

위는 미국 동부의 펜실베니아(PA)지역의 수용자범주특성(종속변수)에 영향을 줄 것으로 생각되는 한식 확산 적응단계는 ‘인지, 흥미, 유지’와 ‘결정, 실행, 재발견’으로 나타났다. 이 두 변수의 유의확률이 유의수준 0.05보다 작게 나타났기 때문이다. 유의하다고 판단된 이 두 변수의 점 추정 값은 각각 1.621과 0.730으로, 다른 변수가 고정되어있을 때 ‘인지, 흥미, 유지’ 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 1.621배 증가하며 마찬가지로 다른 변수가 고정되어있을 때 ‘결정, 실행, 재발견’ 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 0.730배 증가 한다는 것을 알 수 있다.

< 표 3-105 > 미국 조사 지역의 수용자범주특성에 대한 한식 확산 결정 단계의 로지스틱 회귀분석

Total		
	Chi-Square	P-value
<b>Summary of Stepwise Selection</b>		
인지, 흥미, 유지	84.800	<.0001
결정, 실행, 재발견	23.451	<.0001
<b>Odds Ratio Estimates</b>		
	<b>Point Estimate</b>	
인지, 흥미, 유지	1.704	
결정, 실행, 재발견	0.771	

위는 미국 조사 지역의 수용자범주특성(종속변수)에 영향을 줄 것으로 생각되는 한식 확산 적응단계는 ‘인지, 흥미, 유지’와 ‘결정, 실행, 재발견’으로 나타났다. 이 두 변수의 유의확률이 유의수준 0.05보다 작게 나타났기 때문이다. 유의하다고 판단된 이 두 변수의 점 추정 값은 각각 1.704와 0.771로, 다른 변수가 고정되어있을 때 ‘인지, 흥미, 유지’ 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 1.704배 증가하며 마찬가지로 다른 변수가 고정되어있을 때 ‘결정, 실행, 재발견’ 변수가 한 단위 증가하면 수용자범주특성이 0.771배 증가 한다는 것을 알 수 있다.

## 제 4 장 목표달성도 및 관련분야에의 기여도

### 제 1 절. 목표달성도 및 관련분야에의 기여도

< 표 4-1 > 연차별 연구 개발의 목표 및 내용

구분	연구개발의 목표	연구개발의 내용	달성도 (%)	관련분야에의 기여도		
1차 년도	한식 확산 단계 평가 설문도구 개발	글로벌 시장에서의 확산의 문헌고찰 및 선행연구	100	매우큼		
		한식 확산 단계 평가 설문도구 개발				
	미국 지역별 한식 확산 단계 평가 설문조사 실시	설문도구의 언어적, 문화적 적합성 확인				
		한식 확산 단계 평가 설문조사 대상 및 장소 선정				
		미국 내 한식 설문조사 수행 계획 개발된 설문도구의 예비조사				
2차 년도	미국 한식 확산 단계 평가 설문결과 분석	미국 지역별 한식 확산 적응단계설문조사 실시	100	매우큼		
		설문조사 데이터 코딩 미국 지역별 한식의 확산 적응단계의 차이 및 특성 비교분석 결과 도출				
	한식 확산 단계 평가 지표 개발	미국 지역별 한식의 확산 단계 평가 설문 결과 고찰				
		한식 확산 관련 선행 연구 및 설문결과를 통한 지표 가안 도출				
		명목그룹기법(Nominal Group Technique)을 통한 한식 확산 지표의 지수화 최종 한식 확산단계 평가 지표 개발				
	한식 확산 단계 평가 시뮬레이션	미국 동부, 중부, 서부 한식 확산 단계 평가 시뮬레이션			100	매우큼
		미국의 지역별(동부, 중부, 서부) 한식 확산단계 평가 지도				
한식 확산 단계 평가 지표 개발을 통한 향후 연구 방안 및 제언	한식 확산 단계 평가 지표의 활용방안 글로벌 한식 확산 지도(Korean Food Diffusion Map)작성	100	매우큼			

외식 산업은 고부가 가치 산업으로 성장하여 무한한 잠재 소비자를 전 세계적으로 보유하고 있기에 각 국가는 차별화되고, 독특한 자국의 음식 문화를 통해 자국의 외식 산업을 세계화하여 고부가가치 산업으로 성장시키고자 한다.(손영진, 2006; 장승징, 2006) 이에 해외로 진출하려는 외식 기업은 그들의 업종을 전문화, 대형화, 국제화하여야 한다.

현재, 전 세계의 한식당 수는 총 9,249개로 유럽 27개국 543개, 중국 2,032개, 미국 1,626개, 남미 10개국 132개가 위치함, 글로벌 시장에서의 한식은 양적으로 급속히 확산되었지만, 이것만으로 한식을 세계화하기에는 어려움이 있다.

글로벌 시장에서의 확산과 관련한 문헌고찰 및 선행연구를 바탕으로 한식 확산 단계 평가 설문 도구를 개발하여 설문조사를 실시하였다. 세계 각국을 조사하기에는 어려움이 있으므로 음식문화의 포용성, 다양성, 국제적 감각을 느낄 수 있으며 다민족으로 구성된 세계에서 가장 큰 식품시장인 미국 지역을 한식당 수에 따라 분류하여 문화적 차이를 가지는 미국 서부의 캘리포니아(CA, California) 중서부지역의 아칸소(AR, Arkansas), 북동부지역의 펜실베이니아(PA, Pennsylvania)를 조사 지역으로 선정하였다. 이는 문화적 차이를 가지는 연구를 위한 작은 표본 집단이 될 것이라 사료된다.

이에 본 연구에서는 글로벌 시장에서의 성공적 한식 세계화를 위하여 한식의 질적 확산정도를 파악하기 위하여 한식의 질적 확산을 측정할 수 있는 지표를 개발하기 위하여 미국의 지역별 한식당 수를 파악하였고, 지역별 조사 대상자를 수용자 범주로 나누어 한식 확산의 개척 단계, 인지된 특성, 초기 개척 결정 단계, 의견지도자, 커뮤니케이션 채널에 대하여 살펴보았다.

Everett Rogers(2003)의 확산이론(diffusion theory)에 따르면 시장에 새로 도입된 제품은 처음 인지했을 때부터 구매에 이르기까지 인식(awareness), 흥미(interest), 결정(evaluation), 실행(trial), 유지(adooption)의 5단계를 거치는 적응단계(adooption process)를 거치게 된다고 하였으나, 본 연구의 경우 Rogers & Schumacher(1962, 1973, 1983, 1995), Haverlock(1973), Hall, Wallace&Dossett(1973), Fung(1992), Knuetel(1995)의 선행 연구를 통하여 적응단계(Adoption process)를 인지(awareness), 흥미(interest), 결정(evaluation), 실행(trial), 유지(adooption), 재발견(Integration)으로 나누어 살펴 본 결과 음식 확산의 경우 이와 같은 6단계가 아닌 ‘인지흥미 유지’, ‘결정실행재발견’의 2단계로 분류 되었다.

한식 확산 단계 평가를 가시화하기 위하여 단계에 따라 가중치를 선정하기로 하였으며, 먼저,

응답자에게 직접 질문하여 단계에 따른 중요도를 산출하였고, 명목 그룹기법을 활용한 한식 세계화 관련 전문가들의 의견을 물어 가중치를 선정하여 비교 해 본 결과 가중치를 적용하지 않은 다시 말해 모든 단계에 동일한 가중치를 적용한 가중치가 가장 적합하였으며, 이러한 결과를 통하여 음식의 확산은 문화적 특성에 따라 모든 단계가 중요한 것으로 사료되며, 민족 문화의 특성에 맞는 적합한 마케팅 전략이 필요하다 사료된다.

이후 데이터 값의 타당도를 알아보기 위하여 집단별 한식의 확산 지수를 확인한 결과, 음식의 개혁 결정과정은 다른 개혁의 결정 과정과 차이가 있다는 것을 발견하였으며, 이는 한경수(2012) 방한 일본인 개별 자유 여행객의 한국 음식의 적응 과정이나, 한경수 외(2010), 한식의 확산을 위한 수용자 범주별 촉진요인과 저해요인의 연구 결과와 같은 결과를 도출하였다.



< 그림 4-1 > 음식 확산의 수용 단계

Rogers(2005)는 확산의 요소 중 시간이라는 개념을 통하여 수용자를 분류하였으며, 일반적인 혁신의 수용은 정규 분포의 곡선을 그린다고 하였으며, 만일 수용자의 수를 누적하면 그 모양이 S자 곡선을 이루며, 혁신의 S자 곡선이 다시 정규 분포를 그리게 되면, 이는 불확실성이 감소하기 때문이라고 하였다.(Rogers & Stanfield : 1995, 홍성태 : 2003)

음식 문화가 타문화권에 진입할 경우 개혁결정의 단계를 거치기는 하나, 신제품의 수용과는 다르게 동시 다발적으로 발생하기도 하며, 특정 단계를 건너뛰는 경우도 발생하였다. 이는 음식 문화가 민족성의 심리적 차이와 상대적 이점이나, 적합성, 관찰가능성, 시도 가능성, 간편함 등의 개혁 자체의 차별성으로 인한 불확실성에 기인한 것이라 사료된다.

이에 본 연구자는 기업의 해외 진출 시 제품의 특성을 잘 활용하여 지역성과 민족성 등을 잘 파악하여 글로벌 고객을 만족 시킬 수 있는 한식의 장점을 활용하여 한식의 확실성을 위한 마케팅 전략이 필요하다 사료되며, 해외 시장에서의 한식 확산 단계를 평가하기 위한 지표를 다음과 같이 제안한다.

< 표 4-2 > 한식의 확산 단계 평가 지표

	Strongly Disagree						Strongly agree
<b>인지흥미유지</b>							
I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap, etc.	1	2	3	4	5	6	7
I have eaten Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I have learned how to cook Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I am interested in Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I have talked to people about Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
There are places around me where I can experience Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I think Korean food has been beneficial for my health.	1	2	3	4	5	6	7
There is a Korean dish that I enjoy eating.	1	2	3	4	5	6	7
I will recommend Korean food to my acquaintances.	1	2	3	4	5	6	7
<b>결정실행재발견</b>							
I am in the process of acquiring information about Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I am studying Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I can cook Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I enjoy eating Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I cook Korean food that best fits my taste.	1	2	3	4	5	6	7

이는 현지 한식당의 경영난을 극복하고 성공적 한식 세계화를 위해서는 해외시장에서의 한식 확산 단계를 평가하는 실질적 정보역할을 할 것이라 사료되며, 한식당 사업의 경제적 성과뿐만 아니라 사회, 문화, 환경적인 영향과 고객 평가까지 포함되어야만 한식 확산의 성과 분석에도 유용하게 이용 될 것이라 판단된다.

## 제 2 절. 분석 결과를 통한 한식 확산 단계 평가 지표 활용 방안

### 1. Outbound 전략(한식 세계화 교육 자료)

본 연구의 한식 확산 지표를 활용하여 한식 자체에 대한 이해와 타민족 국가 문화에 대한 이해를 바탕으로 타 문화권에서 한식 사업을 위한 시장규모와 경쟁구조를 파악할 수 있는 정보를 제공하여 구체적인 세분 시장에 대한 한식의 적용 및 비즈니스 전략을 위하여 세분화 된 정보를 제공 할 수 있으며, 세분 시장에 적합한 한식 형태와 서비스를 제공하여 한식의 성과 지표를 향상 시킬 수 있다.

첫째, 한식의 확산 단계에 따른 마케팅 전략 제시

본 연구 결과 수용자 범주 및 민족적 특성에 따라 한식의 확산 및 수용에 대한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 한식당의 양적인 증가가 아닌 한식의 질적 성장을 통하여 한식의 확산 단계를 고려한 마케팅 전략이 제시되어야 한다고 판단되었다.

이러한 한식의 질적 향상 척도는 민족적, 지역적 특성 및 수용자 범주를 고려한 한식의 확산 단계 평가 지표를 활용하여 한식 확산 정도를 저, 중, 고로 분류할 수 있다.

한식의 확산이 낮은 지역의 경우 먼저 원인을 파악하여야 하는데, 본 연구의 결과를 중심으로 살펴보면 아칸사스 주가 한식의 확산 정도가 낮은 것으로 나타났는데, 이는 사람들은 한식에 높은 관심을 가지고 있는 것에 비하여 한식에 대한 접근성 및 관찰가능성이 낮은 한식당의 부재가 원인이라 판단된다. 이러한 지역의 경우에는 한식에 대한 경험을 제공 할 수 있는 식품점이나 레스토랑의 출점이 시급하다 판단된다.

한식의 확산 정도가 중간 정도인 서부 지역의 캘리포니아(CA, California)와 같은 경우 대부분 이주민 필요에 의해 발달된 한식당이 분포하였으며, 한식을 경험해 본 사람이 타 지역의 한식당 수에 비하여 다수의 한식당이 출점해 있음에도 불구하고 높지 않은 것으로 나타났다. 이는 캘리포니아(CA, California)에 위치한 한식당의 물리적 환경이 우리나라 90년대 이전의 한식당 모습으로 한식의 매력을 저하시키는 것으로 판단되며, 이러한 지역의 경우 한식에 대한 맛과 접객 서비스, 점포의 물리적 환경 등 한식에 대한 이미지 개선이 시급하다 사료된다.

한식의 확산 단계가 높았던 북동부지역의 펜실베이니아(PA, Pennsylvania) 지역의 한식당 모습은 타 지역에 비하여 세련되고 매력적이었으며, 한식뿐만 아니라 타민족의 음식문화에도 많은 관심이 있는 것으로 나타났다. 특히, 펜실베이니아의 경우는 한식의 복잡하고 관찰 가능한 타문화의 음식과 차별성을 가졌을 때 한식의 확산 정도가 증가하였으며, 이러한 지역의 경우 전통적인 한식 메뉴와 조리 방법을 통하여 한식의 우수성과 차별성을 통한 마케팅 전략이 필요하다 사료된다.

마지막으로 조사된 미국 지역의 경우 전체적으로 한식에 대한 흥미에 비하여 정확한 한식에 대하여 인식하지 못하는 것으로 나타나 한식과 한식당에 대한 명확한 정의와 기준이 필요하며, 한식이 타민족 음식에 비하여 우수하다는 것에 대하여 인지하지 못하는 것으로 나타나 한식에 대한 교육이 필요하다 사료된다.

한식에 대한 교육을 통하여 한식의 우수성과 영양학적 가치 및 전통성을 알리며, 조리방법에 대한 교육을 통하여 본인의 취향에 맞는 음식으로 한식을 즐겨 먹을 수 있도록 하여야 한다.

#### 둘째, 연차별 국가사업 기획 및 정보 제공

본 연구 결과에 따른 한식 확산 단계 평가 지표 활용을 위한 시간적 범위는 한식 세계화를 위한 중·장기 국가사업을 기획하고 한 문화의 대외적으로 효과적인 마케팅 제안을 할 수 있다. 먼저, 단기적 관점에서는 한식 세계화 사업의 질적 성과를 고시하여, 현재 필요한 사업 및 한식 사업의 진행 방향을 제시할 수 있으며, 이후 정기적 조사를 통하여 한식 현지화를 위한 사업체 지원 및 커뮤니케이션 전략을 구축할 수 있으며 한식 사업 실태 및 현황의 정기적 조사를 하기 위하여 한식에 대하여 높은 관심을 가진 중국, 일본, 동남아시아, 미주, 유럽을 중심으로 지역별 한식 확산 단계 평가 도구를 활용하여 한식의 확산단계를 파악하는 것이 바람직하다 사료된다.

또한 한식 확산 단계 평가 지표 활용을 위한 공간적 범위로는 도쿄, 오사카, 베이징, 상하이, 싱가포르, 홍콩, 로스앤젤레스, 뉴욕, 로테르담 등 aT센터가 소재하고 있는 도시 지역을 중심으로 aT센터와 협약하려 정확하고 상세한 현지의 한식 확산 단계를 한국 관광 공사 및 주미대사관을 통하여 공시화하며, 추가적으로 성장하는 한식 확산 추세에 맞추어 확대 조사 실시한다. 이는 한식의 확산 사업 방안을 제시 할 뿐만 아니라 타 산업의 해외 진출 방향을 설정하는데 중요한 도구가 될 것이라 사료된다.

## 2. Inbound 전략(다문화 이해)

한식의 확산 단계 평가 지표는 국외에서 뿐만 아니라 국내 외식 사업에도 중요한 도구로 사용될 수 있다.

첫째, 단기적으로 국내에 체류하는 관광객의 민족적 특성에 따른 세분화된 마케팅 전략을 제시할 수 있으며 음식 문화 체험 관광객인 F.I.T(free independent traveler)고객을 위한 세분화된 음식 문화 마케팅 전략으로 각국의 민족성을 고려한 음식문화 체험 관광지를 개발하여 그에 맞는 우리 고유의 전통 음식 문화를 소개함으로써 한식 세계화의 초석을 마련할 수 있으며 글로벌 고객 유입을 통하여 국내 경쟁력 향상에 도움이 될 것이라 사료된다.

둘째, 국내에서 비즈니스 및 유학 하는 장기간 체류하는 외국인들을 위한 민족적 특성을 고려한 외식 소비 시장을 구축하여 외식 시장을 활성화 할 뿐만 아니라 한식 메뉴 개발을 통하여 한식의 매력도를 높이며 민족적 특성을 고려한 세분화된 마케팅 방안을 제시할 수 있다.

셋째, 다문화 가정을 형성하여 국내에 유입된 이주민들의 민족적 특성을 고려한 식생활 문화 교육을 통하여 한국 생활적응력을 높이며, 교육을 통한 다문화 가정의 이해도를 높인다. 뿐만 아니라 향후 이주민들로 인하여 변화할 수 있는 한식을 민족적 특성을 고려한 교육을 통하여 지속 발전 시켜 전통적으로 계승하여야 한다.

## 제 5 장 연구개발 성과 및 성과활용 계획

본 연구는 한식 세계화를 위하여 한식의 확산 단계를 평가하기 위하여 미국 지역의 소비자를 대상으로 한식 확산 단계 지표를 활용한 설문조사를 실시하여 지역별 한식 확산의 단계별 특성을 파악하였다. 개발된 지표는 글로벌 외식시장의 한식이 확산되어 있는 정도를 지수화 할 수 있으며, 이를 활용하여 한식의 확산 지수를 한 눈에 파악하며, 정보 이용자가 쉽게 이해할 수 있게 하기 위하여 한식 확산지도(Korean Food Diffusion Map)를 제시한다.

평가 기준별 세부측정 방법으로 비계량적 항목과 계량적 항목을 척도형태로 지수화하여 평가의 용이성을 확보하였으며 개발된 성과지표의 경우 국가별, 지역별로 한식의 인지된 특성 및 수용자들의 전반적인 특성 및 한식당 사업의 사업성과 분석이 가능할 것이라 판단된다.

또한, 한식당 사업의 경제적 성과뿐만 아니라 사회, 문화, 환경적인 영향과 고객 평가까지 포함되어야만 한식 확산의 성과 분석에도 유용하게 이용 될 것이라 판단된다.

연구를 통하여 얻은 정보를 활용하여 한식 세계화 관련 연구자 및 기업에게 정보를 공유하기 위하여 학술지 등에 게재 및 발표를 할 예정이다. 2013 Apacchrie에서 발표할 ‘The diffusion Evaluation Index Development of Korean Food’에서는 한식 확산 단계 평가 지표 개발 과정을 발표할 것이며, 2013년 제55차 한국 식생활 문화 학회 춘계 학술 대회에서는 ‘미국의 지역별 한식 적응 변화단계, 초기개혁방법 및 상호소통경로’라는 주제로 미국 지역의 한식 적응 변화단계, 초기개혁방법 및 상호소통경로에 대한 정보를 제공하여 외식 기업의 미국 지역 진출이나, 지역별 특성에 따른 한식 적응 변화단계, 초기개혁방법 및 상호소통경로에 대한 정보를 제공할 것이다.

이 후 ‘미국의 지역별 한식 적응 변화단계, 초기개혁방법 및 상호소통경로’에 대한 내용을 좀 더 구체화하여 한국 식생활 문화 학회지에 2013년 하반기 중 게재할 예정이며, 같은 기간 ‘한식 확산 단계 평가 지표의 지수 측정 분석’에 대한 연구 결과도 정리하여 한국 관광학회지에 ‘한식 확산 지수 측정 분석’을 게재할 예정이다.

제 2 세부 과제를 시행한 Arkansas대학에서는 2014년 4월 108th Annual OFPA (Ozark

Food Processors Association) Convention에서 수용자 범주에 따른 한식 확산에 대한 연구를 발표할 예정이다.

향후에는 이러한 정보를 국가적인 차원에서 정보를 수집하고, 한식의 확산지도를 활용하여 해외 진출을 희망하는 외식 기업의 실질적 정보 제공 역할을 하기를 기대한다.

1) The diffusion Evaluation Index Development of Korean Food, 2013 Apacchrie 학술 대회 (2013. 05. 21 ~ 2013. 05. 24)

2) 미국의 지역별 한식 적응 변화단계, 초기개혁방법 및 상호소통경로, 제55차 한국 식생활 문화 학회 춘계 학술 대회(2013. 05. 24)

3) 미국의 지역별 한식 적응 변화단계, 초기개혁방법 및 상호소통경로, 한국식생활문화학회 2013년 10월 중 게재 예정

4) 한식 확산 지수 측정 분석, 한국관광학회 2013년 12월 중 게재 예정

5) 수용자 범주별 한식의 확산 단계, 108th Annual OFPA (Ozark Food Processors Association) Convention 2014년 4월 발표 예정

## 제 6 장 연구개발과정에서 수집한 해외과학기술정보

### 제 1 절. 구매력평가지수(Purchasing Power Parity)

#### 1. 구매력평가지수(Purchasing Power Parity, PPP)

구매력평가지수(PPP)란 화폐의 구매력으로 GDP를 조정하여 상대적 실제구매력을 나타낸 것으로, 특정 재화와 서비스에 대해 기준국가 화폐 1단위로 살 수 있는 것과 동일한 양을 살 수 있는 비교국가의 화폐단위를 의미한다.

구매력평가에 의한 환율결정 방법은 제1차 세계대전 이후에 국가 사이의 환율 수준을 결정하는 데 유용하게 사용되었다. 오랜 기간 동안 전쟁이 지속되면 정상적인 무역이나 자본의 이동이 불가능해짐에 따라 전쟁기간에는 외국 통화에 대한 수요와 공급이 비정상적이었으므로 전후에 환율의 결정을 외환의 수요와 공급에 따르기는 어려움이 있다. 이러한 경우에 카셀은 ‘환율은 양국 통화에 내재된 구매력의 비율에 의해 결정되어야 한다.’고 주장하였다. 즉, 통화의 가치가 그 통화의 구매력에 있다면 자국 통화와 외국 통화 사이의 교환 비율인 환율은 각 통화의 구매력의 비율에 의하여 결정되어야 한다는 것이다. 일반적으로 통화의 구매력은 물가수준에 의하여 나타낼 수 있으므로 환율은 양국의 물가수준에 의해서 결정된다는 주장이 구매력평가이론(Purchasing Power Parity)이다. (김철환, 2010)

#### 2. 구매력평가환율

구매력평가환율은 양국의 물가수준으로 추산함. 이러한 방법은 양국의 물가수준 작성의 차이와 일물일가의 법칙의 현실성 등의 문제점을 내포하고 있다. 이러한 문제점을 해결하기 위한 하나의 방법이 특정 상품을 선정하여 그 상품의 가격으로 환율을 산정한 후에 이를 실제 환율과 비교하는 것으로 이것이 바로 빅맥지수(Big Mac index)이다.(김철환, 2010)

##### 가. 빅맥지수(Big Mac Index)

맥도날드 햄버거인 ‘빅맥(Big Mac)’가격에 기초해 120여 개국의 물가 수준과 통화가치를 비교하는 주요 지수로서, 영국 경제전문지 이코노미스트가 매 분기마다 작성·발표한다. 즉, 세계 여러 나라에서 크기·재료·품질 면에서 표준화되어 판매되고 있는 빅맥 가격을 달러로 환산

해 국가 간 물가 수준과 통화가치를 비교하고 이를 통해 각국 환율의 적정성을 측정하는 것이다.

예를 들어 시장 미국의 빅맥 가격은 3.22 달러이고, 대미달러에 대한 원화 환율이 942원이라면, 미국의 빅맥 가격을 원화로 표시하면 3,033원이 된다. 동일한 시점에서 맥도날드 서울 강남점의 빅맥 가격은 2,900원이라면 한국의 빅맥 가격이 미국보다 저렴함을 알 수 있다.

즉, 구매력평가에 따른 대미 달러에 대한 원화 환율은 901원인 데 비해서 실제 환율은 942원인 것으로 나타난다. 이와 같은 실제 환율은 빅맥 햄버거를 통하여 산정한 구매력평가환율(빅맥 지수)에 비해서 원화가 미국 달러에 대해서 4% 저평가 된 것을 알 수 있다.(김철환, 2010)

빅맥 지수는 결국 한국 돈(원화) 값이 제 값을 받는지, 제 값보다 높게 받는지(원화의 고평가), 혹은 제 값을 못 받는지(저평가)를 평가할 수 있는 하나의 기준이 되는 것이다.

#### 나. 스타벅스지수

스타벅스의 주요 메뉴 중 하나인 카페라떼(Tall size)의 가격을 기준으로 실제환율과 적정환율과의 관계를 알아보는 구매력 평가환율 지수이다. 라떼지수(Latte Index)라고도 부른다. 스타벅스(카페라떼)지수는 커피전문점인 스타벅스가 다국적 브랜드로 평가 받음에 따라 생겨난 신조어다. 스타벅스 본사는 내부적으로 ‘스타벅스지수’를 산정하고 각국 물가추이와 소비자구매력을 반영해 2~3년에 한 번씩 가격 조정에 나서기도 한다.

경제전문지 월스트리트저널이 올해 2월 20일 기준으로 매겨본 각국의 라떼지수에 따르면, 가장 물가가 비싼 도시는 노르웨이의 수도 오슬로로 라떼 한 잔에 9.83달러(약 1만700원)으로 나타났다. 유럽 재정위기국 그리스의 수도 아테네는 5.84달러로 예상보다 높게 나타났고, 프랑스 파리나 호주 시드니보다도 더 높은 것으로 나타남. 우리나라 서울은 4.54달러로 도쿄나 뉴욕보다 비싼 것으로 나타났다.

#### 다. 김치찌개지수

재외동포신문이 전 세계 32개국 도시를 대상으로 김치찌개 가격을 조사하여 이를 토대로 산정한 김치찌개 지수를 발표하였다. 스위스 제네바의 한식당에서 판매되는 김치찌개가 1인분에 21유로(3만1천원)으로 가장 비쌌고, 파리, 암스테르담 등 유럽의 도시들은 15유로(2만2천원)선으로 나타남. 중국 장춘이 15위안(2천원)으로 가장 낮은 가격을 보인다.

## 라. 신라면지수

농심이 2009년 1월 12일에 전 세계에서 판매되고 있는 주요 10개국의 신라면 1봉지 가격을 미국 달러로 환산, 비교한 '신라면 지수'를 발표하였다. 신라면 역시 세계 70여 개국에서 판매되고 있고 품질과 중량, 재료 등이 표준화되어 있어 주요 국가의 물가 수준 및 적정 환율을 가늠하는 지표가 될 수 있을 것이란 판단 하에 생겨났다.

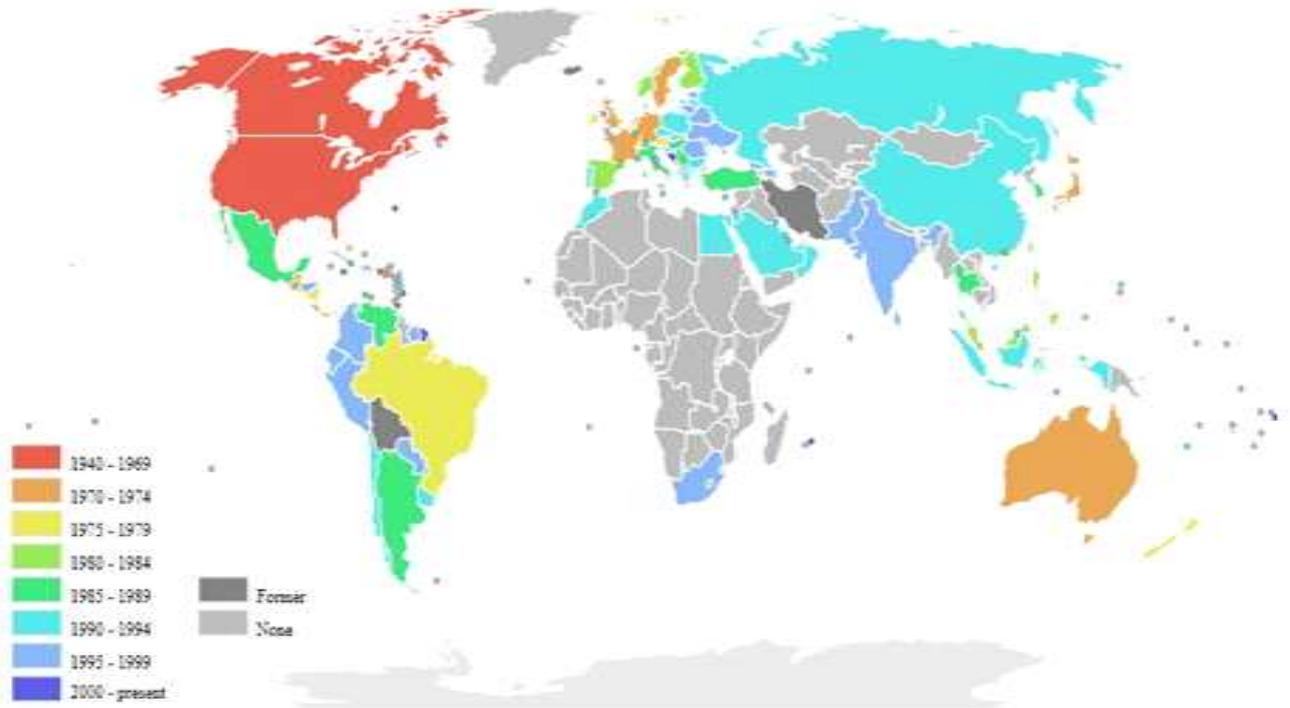
미국에서 신라면 1봉지 가격은 0.89달러, 독일이 가장 비싼 1.34달러로 나타났다. 반면 중국은 0.44달러로 가장 싼, 한국은 조사대상 10개국 중 8번째인 0.57달러로 나타났다. 신라면 지수를 통해 각국의 통화가치를 비교해보면 독일 등 유로화 지역과 태국의 바트화, 호주 달러화, 일본 엔화는 미국 달러 환율 대비 고평가 되어 있고, 말레이시아 링깃화, 한국의 원화, 홍콩 달러화는 상대적으로 저평가 되어 있는 것으로 결론 지어졌다.(2008년 12월 31일 기준)

## 마. 초코파이지수

2005년, 오리온이 내놓은 '초코파이 지수'는 세계 12개국에서 판매되고 있는 초코파이(12개들이 1상자)의 가격을 미국 달러화로 환산한 것임. 세계에 팔리는 초코파이는 똑같기 때문에 각 나라의 물가와 환율 수준을 이 지수로 가늠할 수 있다고 오리온 측은 주장했다.

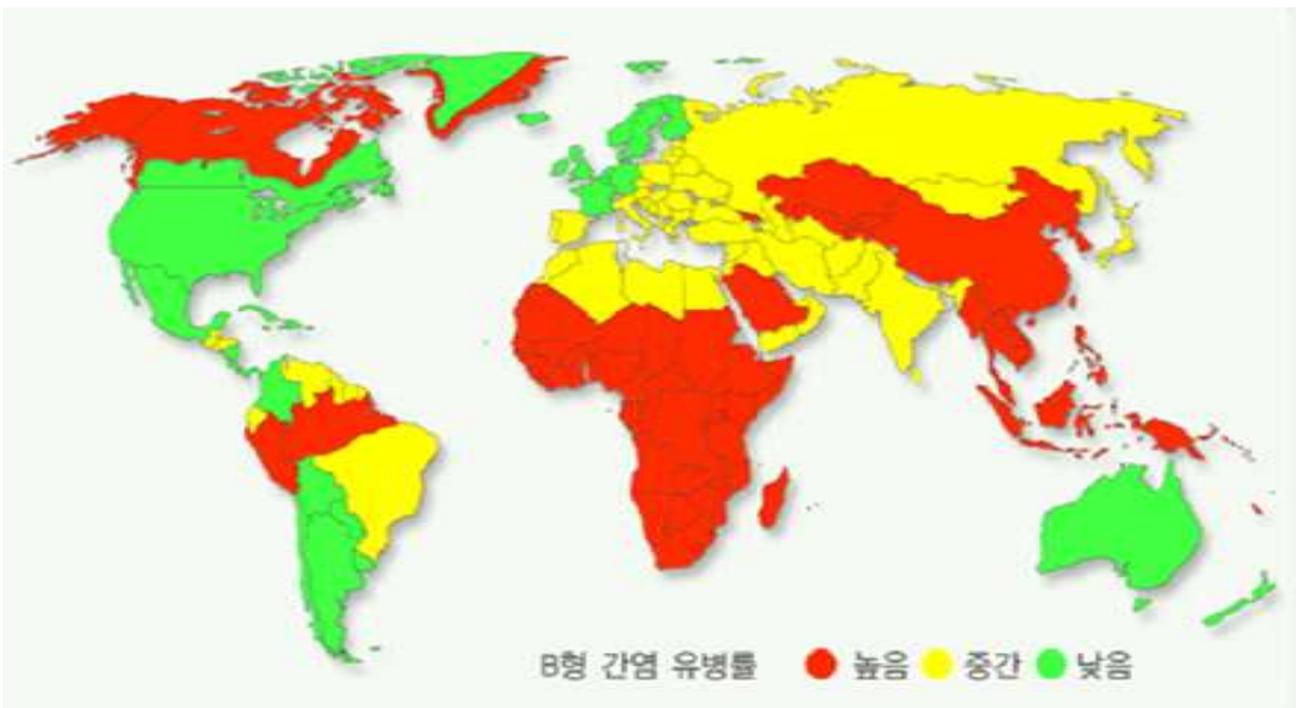
2005년 5월 발표된 '초코파이 지수'를 보면 우즈베키스탄이 3.38달러로 가장 높았고 그 다음은 뉴질랜드(3.34달러), 사우디아라비아(2.66달러) 등의 차례로 나타났고, 중국(1.34달러), 러시아(1.77달러) 등은 낮은 것으로 나타났다. 한국은 1.99달러. 초코파이 현지 가격을 미국 가격으로 나눈 '초코파이 환율'은 중국이 5.77위안으로 시장환율(8.28위안)을 훨씬 밑돈 것으로 보아 위안화가 저평가된 것으로 나타났다.





\* 출처 : <http://www.agdata.com/>

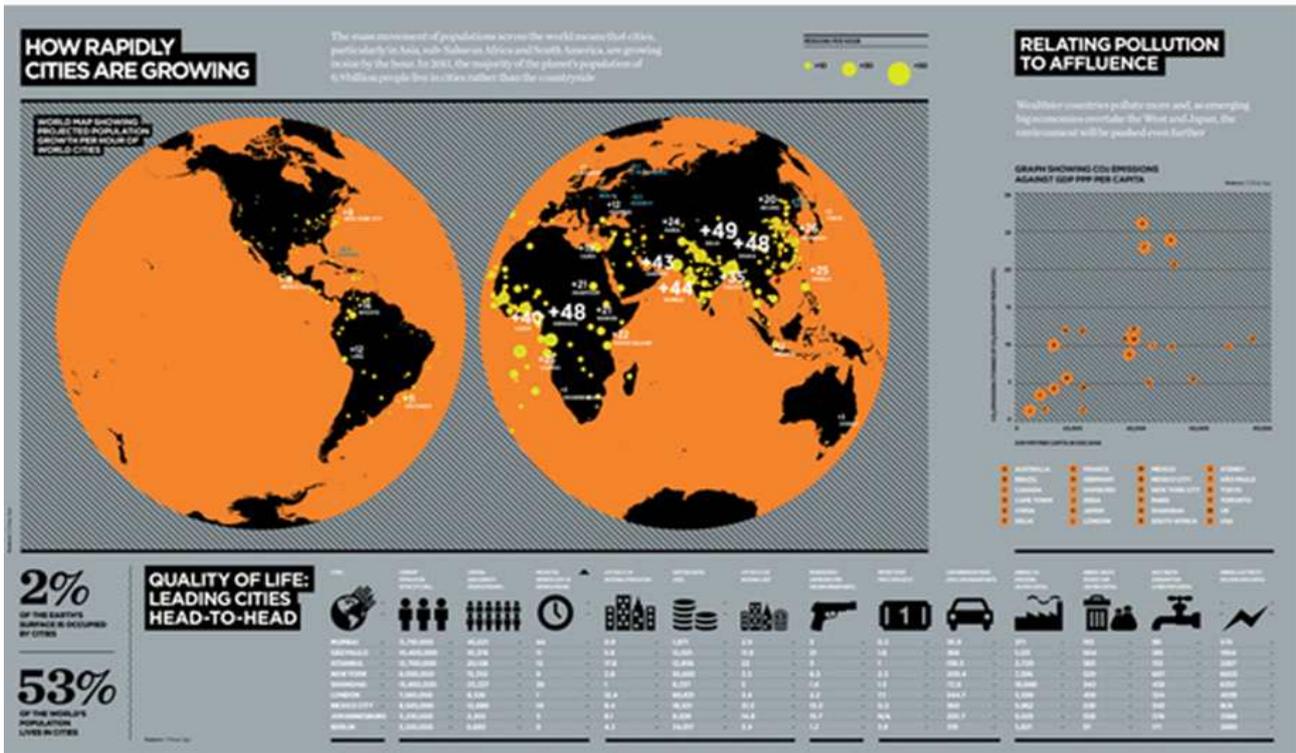
< 그림 6-3 > 맥도날드 세계분포도 및 진출연도(국외)



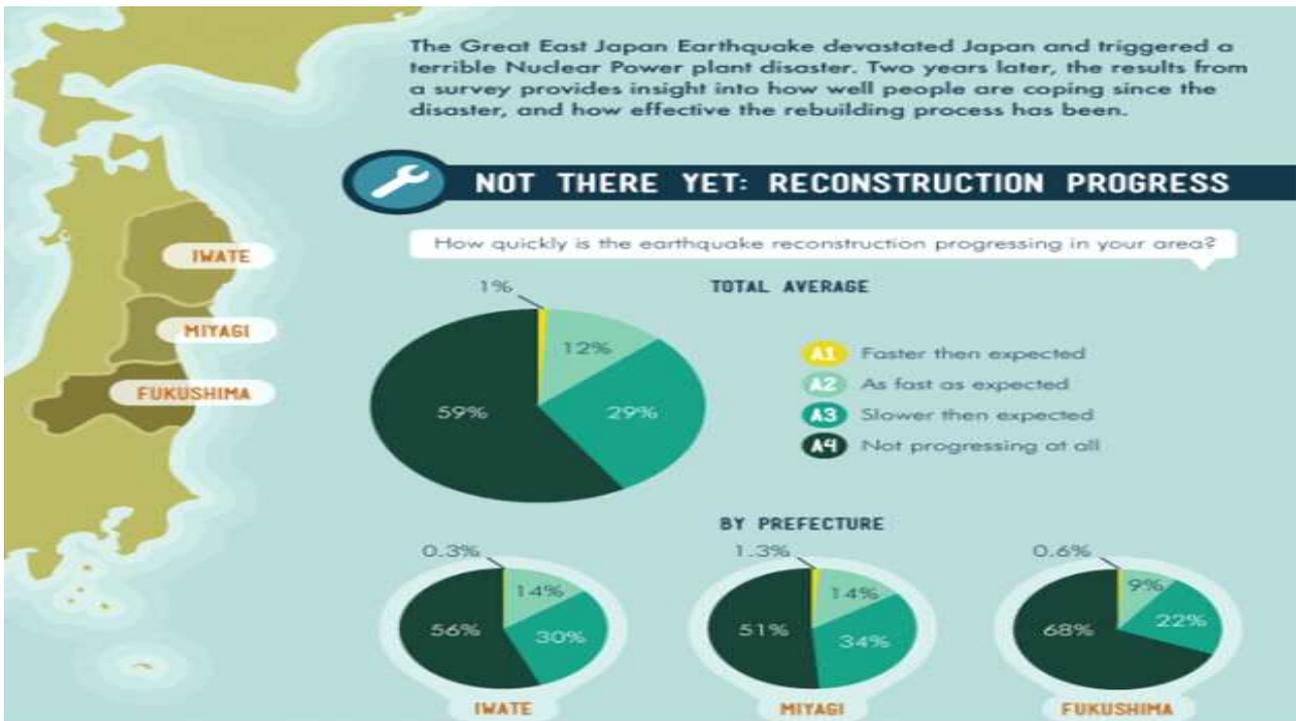
\* 출처 : 보건복지부, 대한의학회

< 그림 6-4 > B형 간염의 세계적 분포(국내)

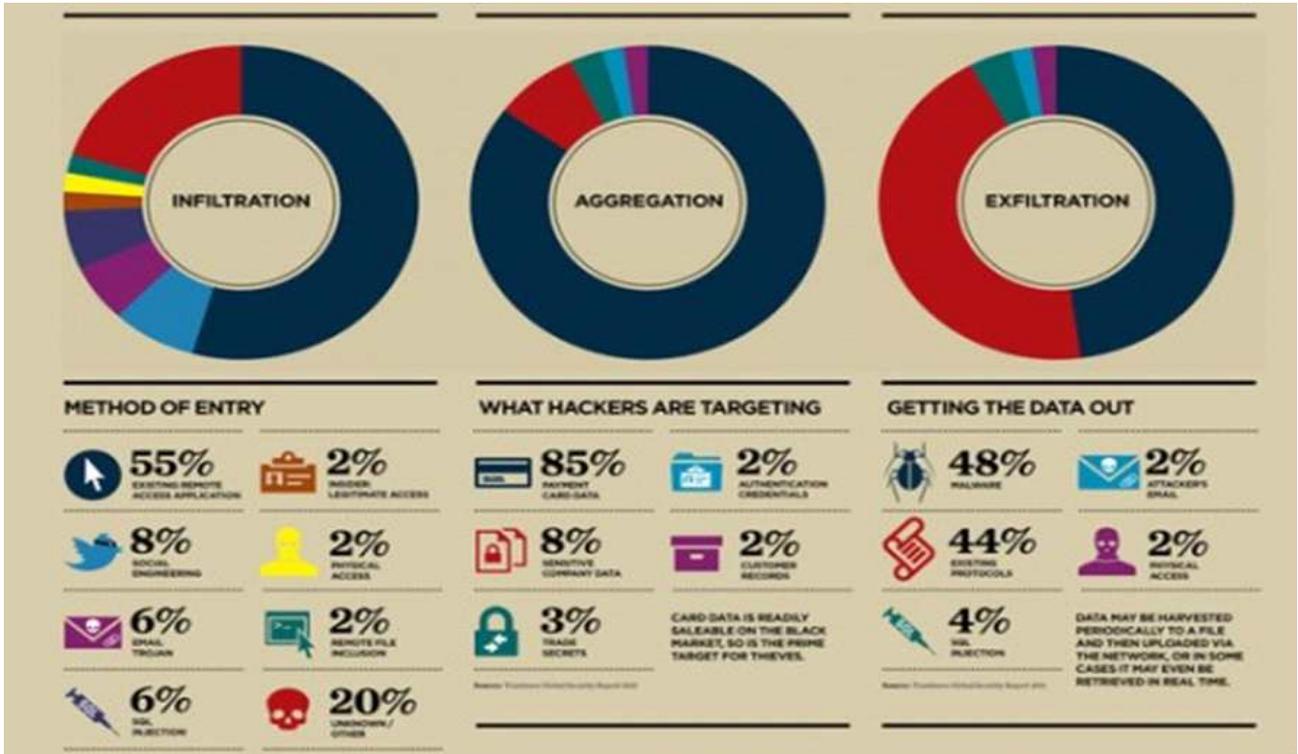
## 2. 크기와 질감에 의한 정보 제공



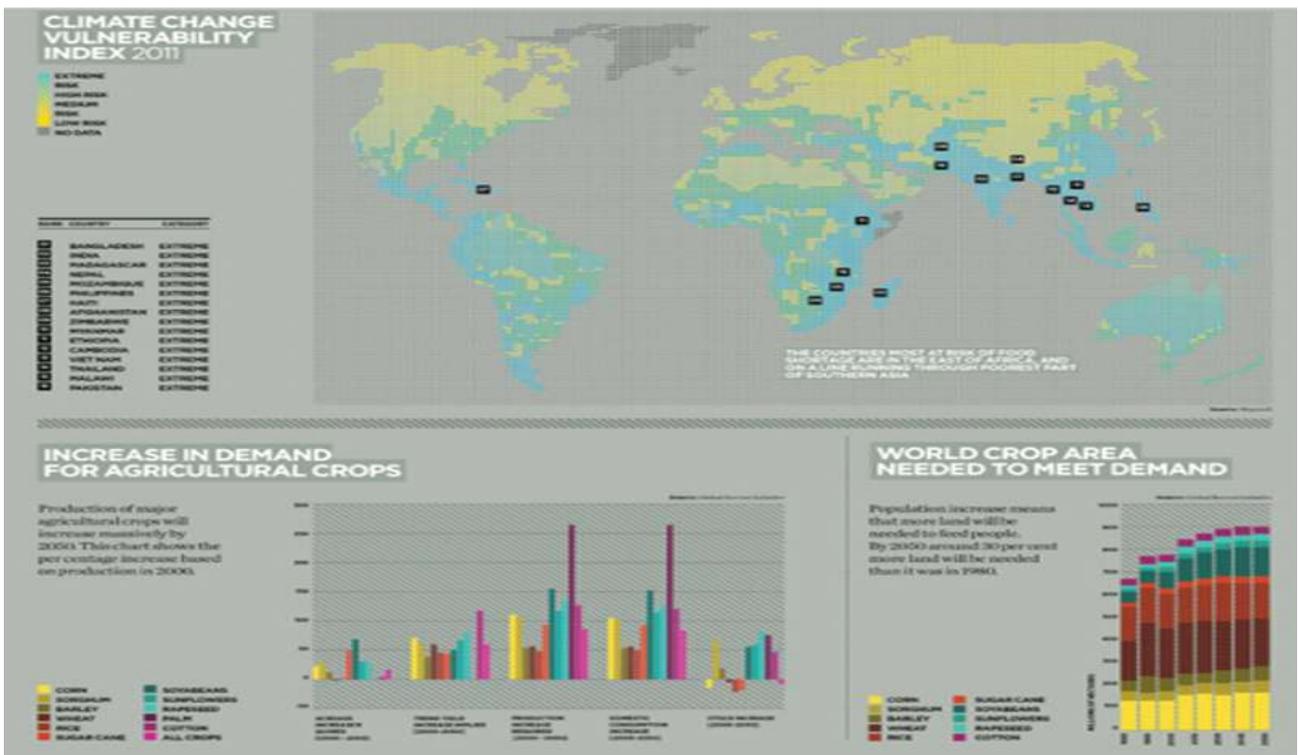
< 그림 6-5 > 세계 각 도시별 성장 나이



< 그림 6-6 > 일본 도시의 재건축 진행 속도



< 그림 6-7 > 질병의 요인



< 그림 6-8 > 2011 기후 변화 취약성 지수

## 제 7 장 참고문헌

### 1. 국내 서적

- 김철환(2010). 환율이론과 국제수지. 서울 : 시그마프레스.
- 한국식품연구원(2008). 한식 마케팅 모형 개발 연구. 연구 보고서.
- 한국외식연감(2009). 한국외식정보(주). pp.484-488.
- 한식재단, 한식당가이드북
- 이현주, 배윤선, 손민정(2011). 정보디자인. 교문사

### 2. 국내 논문

- 권용주, 신봉규(2010). 한식에 대한 인식이 한식에 대한 이미지, 태도, 세계화와의 영향 관계-영어권 · 일본 · 중화권을 중심으로- 한국조리학회. 16(2). pp.136-154.
- 김건효, 정승교(2010). 운동행동의 단계적 변화모형(TTM)에 대한 이론적 고찰, 한국군사학논집. 66(2)
- 김교현(2002). 심리학적 관점에서 본 중독, 한국심리학회지 건강, 7(2), pp.159-179.
- 김동주(2011). 한국에 거주하는 일부 외국인의 한국음식 적응도와 선호도 조사. 한양대학교 교육대학원. 석사학위논문.
- 김성일(2011). 혁신확산이론에 따른 스마트폰 수용의도에 관한 연구-스마트폰 미사용자를 중심으로- 세종대학교 대학원. 박사학위논문.
- 김영호(2002). 청소년 운동행동의 변화단계, 의사결정균형, 자기효능감 : 단계적 변화론 모형의 적용, 한국스포츠심리학회지. 13(3). pp.1-19.
- 김영화, 김홍주, 한승희 (1997). 교육 지표 개발 및 주기적 교육 조사를 위한 기초 연구, 한국교육개발원 연구 보고CR
- 김용규(2000). 국제기업의 해외 진출 시 유망 시장국 평가 및 선정 전략. 한국무역학회. 25(3). pp.238-260.
- 김창완 외(2011). 한국의 핵심교육 지표·지수 개발을 위한 기초연구. 한국교육개발원.
- 문순정(2008). 보호처분을 받은 가정폭력가해자의 변화동기에 관한 연구. 경성대학교 대학원. 석사학위논문.
- 송문희(2012). 산재근로자의 변화동기에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 - 초이론 모델을 중심으로-, 창원대학교 사회복지대학원. 석사학위논문.
- 신선화, 한경수(2010). 해외진출 외식기업의 시장고려 변수 선정. 한국식생활문화학회. 25(6). pp.755-763.
- 윤나라(2012). 한국 브랜드 이미지 척도 개발을 통한 외래 관광객의 한식 선호도와 한식 소비행동의도 관계. 이화여자대학교 대학원. 석사학위논문.
- 윤인상(2005). 한국 외식 프랜차이즈 업체의 해외진출 전략에 관한 연구. 조선대학교 지식경영연구원.

- 이승현(2004). 수용자 범주에 따른 휴대인터넷의 수용결정에 영향을 미치는 요인에 대한 연구. 연세대학교 정보대학원. 석사학위논문.
- 이연정(2008). 한식의 세계화요인이 외국인의 한국 이미지, 태도 및 상품 구매의도에 미치는 영향. 경희대학교 대학원. 박사학위논문.
- 정영미(2010). 외래 관광객의 한국문화 친숙도가 한식소비행동에 미치는 영향. 동의대학교 대학원. 박사학위논문.
- 조성일(2010). 빅맥 지수는 환율전망에 유용한가?. 한국재정정책학회. 12(3). pp.29-49.
- 한경수, Heidi sung, 민지은(2010). 한식의 확산을 위한 수용자 범주별 촉진요인과 저해 요인. 한국관광학회. 24(7) pp.207-231.
- 한경수 · 신선화(2011). 아시아의 외식시장 국가 분류 설계. 한국관광학회. 35(3). pp.37-55.
- 홍성태, 이윤숙(2003). 비내구재 신제품의 수용자 범주간 특성 차이에 관한 연구:상품김치 시장의 사례. 광고학연구. 14(2). pp.279-301.

### 3. 국외 서적

- Payne- Palacio, J. & Theis, M.(2009). Introduction to foodservice. Pearson Prentice Hall, 49.
- Rogers, E. M. (2003) Diffusion of Innovations (5th ed.).Free Press

### 4. 국외 논문

- Flath, S. C,(2005). Cross-Cultural Comparison of College Students' Physical Activity Behaviors in the US and ROC using Transtheoretical Model Constructs.
- Hall, G. E., et al (1973). A Developmental Conceptualization of the Adoption Process within Educational Institutions.
- Haverlock, R. G., Haverlock, M. C.(1973). Training for Change Agents : A Guide to the Design of Training Programs in Education and Other Fields.
- Marshall, S. J., M. A. & Stuart J. H. Biddle, Ph. D.(2001). The Transtheoretical Model of Behavior Change : A Meta-Analysis of Applications to Physical Activity and Exercise. The society of Behavioral Medicine. Volume 23, Number 4, pp.229-246.
- Moore, G. C.& Benbasat, I.(1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation, Information systems research, Vol. 2, No. 3, pp.192-222.
- Polacsk, Michelle, Everett M. Rogers, W. Gill Woodall, Harold Delaney, Danise Wheeler, and Nagesh Rao.(2001) MADD victim Impact Panels and Stages of Change in Drunk driving Prevention. Journal of studies on Alcohol 63:344-350. C(E).
- Prochaska, J. O., & Norcross, J. C.(2006). Systems of psychotherapy: A transtheoretical analysis (Sixth Edition) Pacific Grove, CA: Brooks-Cole.
- Prochaska, J. O., DiClement, C. C., & Norcross, J. C.,(1992). In Search of How People : Applications

to Addictive Behaviors. American Psychologist.

- Prochaska, J. O., Velicer, W. F., Diclement, C. C., & Fava, J.(1988). Measuring Processes of Change : Applications to the Cessation of Smoking. Journal of Consulting and Clinical Psychology.
- Prochaska, J.O., Norcross, J.C.(2001). Stages of Change, Psychotherapy, Volume 38, Winter 21, Number 4.
- Reed, G. R., Velicer, W.F., Prochaska, J, O., Rossi, J. S., & Marcus, B. H.(1997). What Makes a Good Staging Algorithm? Examples from Regular Exercise. Americann Journal of Health Promotion.
- Vaughan, Peter W., and Everett M. Rogers.(1999). A Staged Model of Communication Effects: Evidence from an Entertainment-Education Radio Soap Opera in Tanzania. Journal of Health Communication, Vol. 5, No.3, pp.203-227. O(E).
- Verma, S.(2005). Diffusion and Adoption of Multicastiong : Role of Implicit Versus Explicit Communication Initiation Methods.
- Weinstein, N.D., Rothman, A.J., & Sutton, S.R.(1998) Stage theories of health behavior: Conceptual and methodological issues. Health Psychology, Vol.17, No.3, pp. 290-299.

## 5. 기타

<http://www.forbes.com/global2000/list/>

[www.census.gov](http://www.census.gov)

<http://www.hansik.org>

[www.transparency.org/](http://www.transparency.org/)

[www.yelp.com](http://www.yelp.com)

[map.google.com](http://map.google.com)

[www.sanjose.stateuniverity.com](http://www.sanjose.stateuniverity.com)

[www.scu.edu](http://www.scu.edu)

[www.uark.edu](http://www.uark.edu)

[www.drexel.edu](http://www.drexel.edu)

[www.upenn.edu](http://www.upenn.edu)

[www.zagat.com](http://www.zagat.com)

## < 별첨1 > 최종설문지

Please indicate one response with each statement.

We are conducting a research project to better understand what Korean food is available to customers in other countries. Your help is important to the success of this study.

### 1. When you try new food, which category do you fall into? (ONLY ONE, please)

- I can't wait to try new food.
- I would rather wait until I feel certain about the new food. I usually make good choices, and my opinions are well respected.
- I am not crazy about new food but do not mind going with someone to try it.
- I am cautious and rather skeptical, I only follow someone who likes it.
- I am suspicious of new food. It usually takes a long time for me to try it.

### 2. For each statement, please mark the box that best reflects your opinion. (Even if you have not Korean food yet, please answer what you think of it.) (1=Strongly Disagree, 7=Strongly agree)

	Strongly Disagree			Strongly agree			
	1	2	3	4	5	6	7
I know the basics of Korean food, such as kimchi, bulgogi, bibimbap, etc.	1	2	3	4	5	6	7
I have eaten Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I have learned how to cook Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I am interested in Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I have talked to people about Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I have looked up information about Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I think Korean food is better than other types of ethnic food.	1	2	3	4	5	6	7
There are places around me where I can experience Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I am in the process of acquiring information about Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I have looked up restaurants that serve Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I am studying Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I can cook Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I enjoy eating Korean food.	1	2	3	4	5	6	7
I think Korean food has been beneficial for my health.	1	2	3	4	5	6	7
There is a Korean dish that I enjoy eating.	1	2	3	4	5	6	7
I will recommend Korean food to my acquaintances.	1	2	3	4	5	6	7
I always try new Korean dishes.	1	2	3	4	5	6	7
I cook Korean food that best fits my taste.	1	2	3	4	5	6	7

3. Please express how important each aspect is to the spread of Korean food by assigning a numeric score to each category. More than one aspect may have the same score, and the total should come to 100 points.

<b>Awareness</b> (I am aware of Korean food, but do not have enough information)	(        )points
<b>Interest</b> (I became interested in Korean food and want to know more about it)	(        )points
<b>Evaluation</b> (I like to eat Korean food and order my own food)	(        )points
<b>Trial</b> (I enjoy Korean food and want to have it more often)	(        )points
<b>Adoption</b> (I eat Korean food on a regular basis and will continue to do so)	(        )points
<b>Integration</b> (I try new Korean dishes and can cook that best fits my taste)	(        )points
<b>Total</b>	<b>100 points</b>

4. On a scale of one to a hundred, please rate the spread of Korean food. (1~100)

->                      point(s)

5. The following is a list of characteristics that people associate with Korean food. For each statement, please mark the box that best reflects your opinion.

Strongly Disagree    →    Strongly Agree

Tasty food	1	2	3	4	5	6	7
Quality food	1	2	3	4	5	6	7
Overall value	1	2	3	4	5	6	7
Generous portions	1	2	3	4	5	6	7
Table-Cooked BBQ	1	2	3	4	5	6	7
Healthy food (fermented, garlic, low fat, etc.)	1	2	3	4	5	6	7
Free side dishes with refill.	1	2	3	4	5	6	7
Kim-chi	1	2	3	4	5	6	7
Hot and spicy	1	2	3	4	5	6	7
Vegetarian friendly (tofu, mushroom, etc.)	1	2	3	4	5	6	7
Home-made, fresh cooking	1	2	3	4	5	6	7
Ethnic/cultural specialty	1	2	3	4	5	6	7
Authentic/sophisticated food	1	2	3	4	5	6	7
Lack of awareness of Korean cuisine	1	2	3	4	5	6	7
Low profile or brand image	1	2	3	4	5	6	7
Too exotic	1	2	3	4	5	6	7
Difficult to understand the menu	1	2	3	4	5	6	7
Limited beverage menus	1	2	3	4	5	6	7
Strong food odor	1	2	3	4	5	6	7
Poor service	1	2	3	4	5	6	7
Different atmosphere	1	2	3	4	5	6	7
No celebrity chef	1	2	3	4	5	6	7
Cultural distance	1	2	3	4	5	6	7
Not enough information	1	2	3	4	5	6	7
Not in a prime location or not found in my area	1	2	3	4	5	6	7
Korean restaurants are found in my area	1	2	3	4	5	6	7

*Please add any items you would like to express or specify, and rate numerically on a scale of 1 to 7.*

<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 6 <input type="checkbox"/> 7
--

6. Please indicate the statement that most closely applies to your familiarity with Korean food.

\_\_\_\_\_

- I have eaten Korean food, for less than 6 months.
- I have never tried Korean food, but I am planning to try it within the next month.
- I have never tried Korean food, but I am planning to start within the next 6 months.
- I have never tried Korean food, and I don't plan to start in the next 6 months.

7. Where have you had Korean food previously? Check ALL that apply.

I ate at a restaurant

- I was served in someone's house.
- I purchased it in a store.
- I have not had Korean food.

8. Which of the following would have the most influence on your decision to eat Korean foods? (Please check ONLY ONE)

<input type="checkbox"/> Yourself	<input type="checkbox"/> Colleagues	<input type="checkbox"/> Spouse/partner/companion
<input type="checkbox"/> Children	<input type="checkbox"/> Professional affiliation	<input type="checkbox"/> Business organization
<input type="checkbox"/> Friends or relatives	<input type="checkbox"/> Other ( )	

9. What kind of information sources do you use when you want to search for information about Korean food? Check ALL that apply.

<input type="checkbox"/> Word of mouth (from: )	<input type="checkbox"/> Restaurant guide (name: )	<input type="checkbox"/> TV (channel: )
<input type="checkbox"/> Internet (site: )	<input type="checkbox"/> Magazines (name: )	<input type="checkbox"/> Yellow Pages
<input type="checkbox"/> Local newspapers (name: )	<input type="checkbox"/> Radio (station: )	<input type="checkbox"/> Exterior display (menu, specials, etc.)
<input type="checkbox"/> I have not searched for Korean food		



## < 별첨2 > 전문가 집단 평가서

안녕하십니까?

한국관광의 발전을 위한 여러분의 노고에 깊이 감사드립니다.

본 설문조사는 저희 연구원에서 수행중인 「**한식 확산단계 평가 지표개발**」에 관한 의견을 묻고자 실시하는 것이며, 조사의 내용은 한식 확산 단계 평가 지표 항목의 적합성 및 향후 활용 방안에 관한 것입니다.

관광정책 분야의 지식과 경험이 풍부하신 선생님의 의견을 듣고자 합니다.

한식 확산 단계 평가 지표개발에 대한 선생님의 고견은 우리나라 한식의 발전을 위한 귀중한 자료가 될 것입니다.

감사합니다.

2013년 4월

경기대학교 관광학부 외식조리학과 교수 한경수

조사담당자 : 한경수 교수

주소 : 경기도 수원시 영통구 이의동 광고산로 154-42

전화 : 010-9483-5364

성함		주민등록번호	
학력		직급	
소속분야	① 공공기관(중앙부처 및 지자체)	② 학계	③ 연구기관
	④ 관련업체(컨설팅, 조정)	⑤ 기타	
해당분야근무기간	년		
근무지역	시·도		

1. 다음은 한식확산 지표개발 중 적응단계에 관해 묻는 문항들입니다. 각 문항이 한식확산의 적응단계에 있어서 중요하다고 생각되는 순으로 총합이 100점이 될 수 있게 점수를 할당하여 주십시오.

한식 확산에 미치는 중요도(적용단계)	점 수
인지(나는 한식을 알고 있지만 충분한 정보를 가지고 있지 않다.)	( )점
흥미(나는 한식에 흥미가 있으며, 한식에 대해 더 알고 싶어 한다.)	( )점
결정(나는 한식을 좋아하며, 즐겨먹는 한식이 있다.)	( )점
실행(나는 한식을 즐겨 먹으며 더 자주 먹길 원한다.)	( )점
유지(나는 한식을 주기적으로 먹고 있으며, 앞으로도 계속 그럴 것이다.)	( )점
재발견(나는 새로운 한식이 나오면 시도해보며, 내 입맛에 맞게 요리할 수 있다.)	( )점

\* 다음은 한식 확산 지표 적응단계에 따른 가중치를 구하기 위하여 고정 총합 척도 법을 사용하여 미국 지역에 설문조사를 실시한 후 응답자들의 중요도에 따라 다음과 같이 가중치를 구하였습니다.

1. 다음은 지역별 가중치입니다.

< 표1 > 지역별가중치

	AR(330)	PA(322)	CA(280)	Total(932)
인 지	0.3865	0.280706	0.3580483	0.3414034
흥 미	0.2028	0.1959016	0.1917465	0.1970945
결 정	0.1154	0.1324997	0.1421396	0.1293536
실 행	0.1437	0.1747814	0.1282533	0.1497882
유 지	0.0684	0.1233589	0.0960148	0.0956964
재발견	0.0832	0.0927523	0.0837976	0.0866639

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

2. 다음은 Total 가중치만을 사용하여 지역별 한식 확산 지수를 나타낸 값입니다.

< 표2 > Total 가중치를 사용한 지역별 한식 확산 지수

	전체가중치	AR(330)	PA(322)	CA(280)	Total(932)
인 지	0.3414034	1.0013704	1.4430098	1.2674602	1.2341392
흥 미	0.1970945	0.7083972	0.8647128	0.7640173	0.7791147
결 정	0.1293536	0.3131909	0.481868	0.4356499	0.4082528
실 행	0.1497882	0.36782	0.4588164	0.4401827	0.4209948
유 지	0.0956964	0.3473969	0.4215711	0.3777709	0.3821825
재발견	0.0866639	0.2315919	0.2816576	0.2616902	0.2579897
합계	1	2.9697672	3.9516357	3.5467712	3.4826738
100점 확산점수		42.425246	56.451939	50.66816	49.752483

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

3. 다음은 지역별 가중치를 사용하여 지역별 한식의 확산 점수를 값입니다.

< 표3 > 지역별 가중치로 계산한 한식 확산점수

	AR(330)	PA(322)	CA(280)	Total(932)
인 지	1.13364315	1.186460173	1.329254257	1.234139218
흥 미	0.72890376	0.859479185	0.743286143	0.779114692
결 정	0.27940648	0.493587926	0.478711818	0.408252831
실 행	0.35286972	0.535373023	0.376897827	0.420994822
유 지	0.24830568	0.543432941	0.37902819	0.382182521
재발견	0.22233536	0.301444989	0.253035119	0.257989699
합계	2.96546415	3.919778237	3.560213353	3.482673784
100점 환산	42.36377357	55.99683195	50.86019076	49.75248262

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

4. 다음은 지역별 특징입니다.

< 표4 > 조사 지역별 인구센서스

	San Jose, CA		Philadelphia, PA		Fayette ville, AR	
People Quick Facts	San Jose	California	Philadelphia	Pennsylvania	Fayette ville	Arkansas
White persons, percent, 2010(a)	42.8%	57.6%	41.0%	81.9%	83.8%	77.0%
Black persons, percent, 2010(a)	3.2%	6.2%	43.4%	10.8%	6.0%	15.4%
Asian persons, percent, 2010(a)	32.0%	13.0%	6.3%	2.7%	3.1%	1.2%
Bachelor's degree or higher, percent of person age 25+, 2007-2011	36.6%	30.2%	22.6%	26.7%	43.8%	19.6%
Per capita money income in the past 12months(2011dollars), 2007-2011	\$33,770	\$29,634	\$21,671	\$27,824	\$25,341	\$21,833
Median household income, 2007-2011	\$80,764	\$61,632	\$36,957	\$51,651	\$35,970	\$40,149

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

3. 위에서 제시한 기준 외에 적응단계로 추가하실 항목이 있으시면, 구체적으로 적어주시기 바랍니다.

4. 위에서 제시한 지표에 대한 의견(지표체계, 산정방식 등)을 적어주시기 바랍니다.

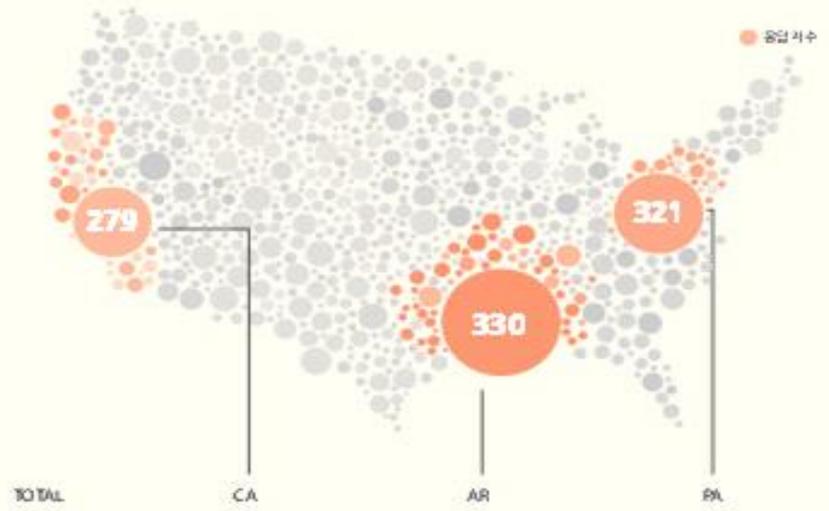
감사합니다!!

< 별첨3 > 최종 개발된 한식 확산 지도(The final developed Korean food diffusion map) - [한글버전, Korean version]



수용자 범주별 특성

# 한식의 수용자 범주 분포



수용자 범주	특성	비율	CA	AR	PA
혁신자	나는 늘 새로운 음식이 나오면 어느 누구보다 먼저 먹어본다	47.3%	32.1%	62.4%	45%
조기수용자	나는 새로운 음식을 주위의 몇 명이 먹어보면 시도하며, 주변사람들이 늘 나에게 음식점에 대한 자문을 구하는 편이다.	22.1%	21.1%	19.1%	28.1%
초기대다수	나는 새로운 음식에 대해 열광적이지는 않지만, 주위 사람이 추천한다면 먹는다.	18.7%	26.1%	12.7%	18.3%
후기대다수	나는 새로운 음식을 선택할 때 믿음만한 정보가 있지 않는 이상 먹지 않는다.	6.5%	3.3%	3.6%	7.1%
비혁신자	나는 새로운 음식보단 늘 먹던 음식을 먹는다.	5.2%	11.1%	2.1%	3.1%

Note: AR - Arkansas, PA - Pennsylvania, CA - California

# 단계별 한식 확산 평가 지수

한식 확산 지수



California



Arkansas



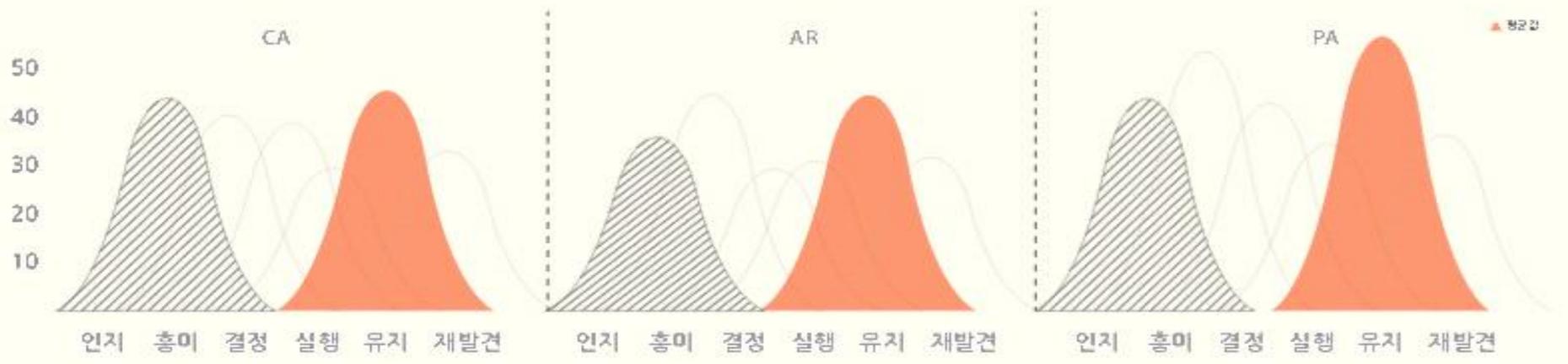
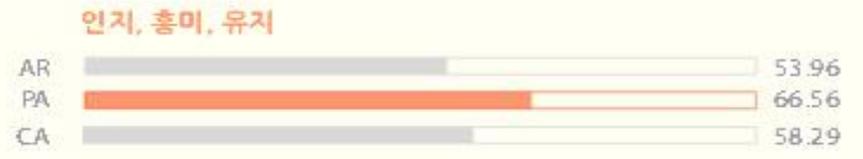
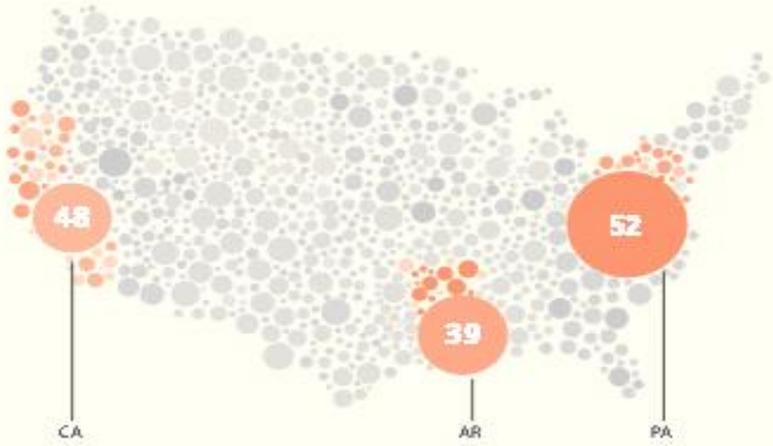
Pennsylvania

평균값



# 단계별 한식 확산 평가 지수

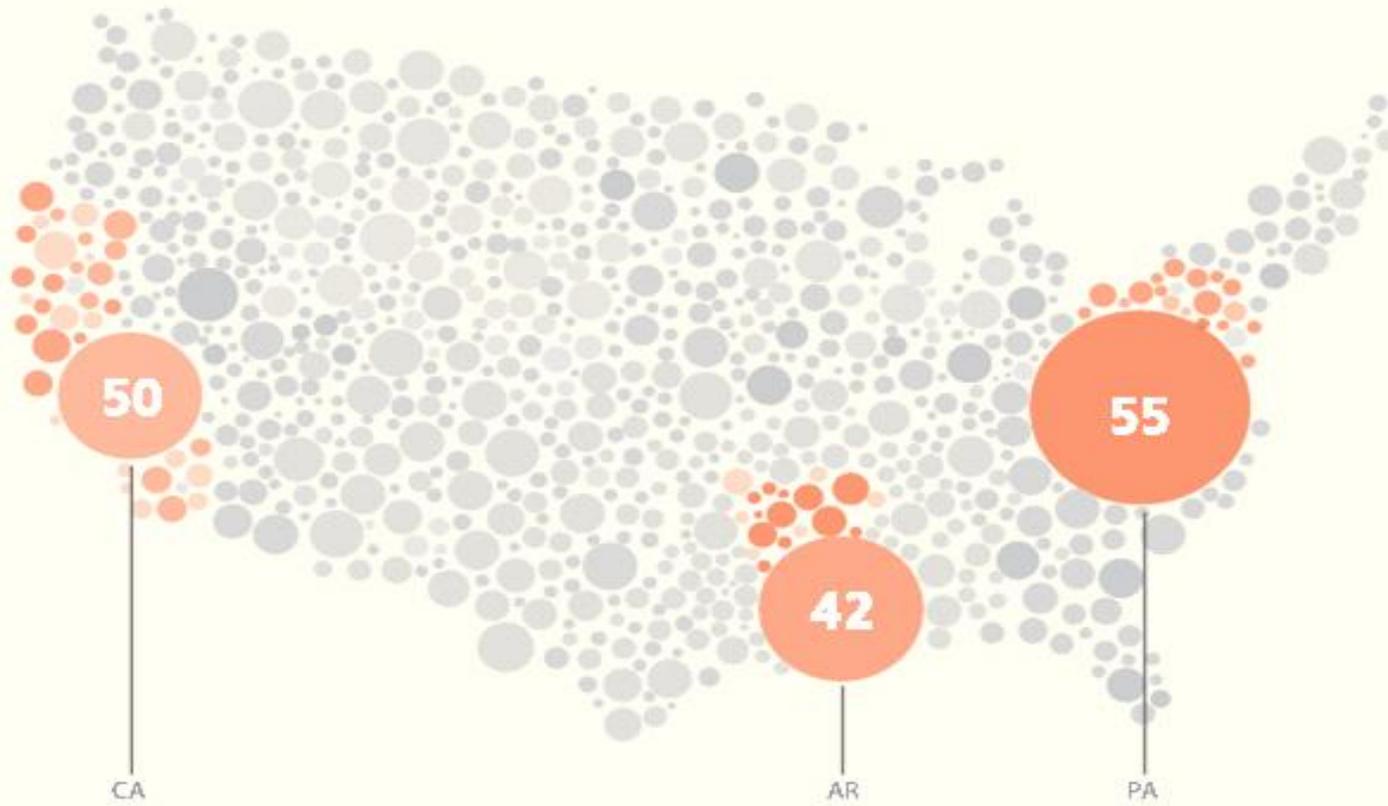
● 한식 확산 지수 (단위: 100점 만점)



Note: AR - Arkansas, PA - Pennsylvania, CA - California

# 단계별 한식 확산 평가 지수

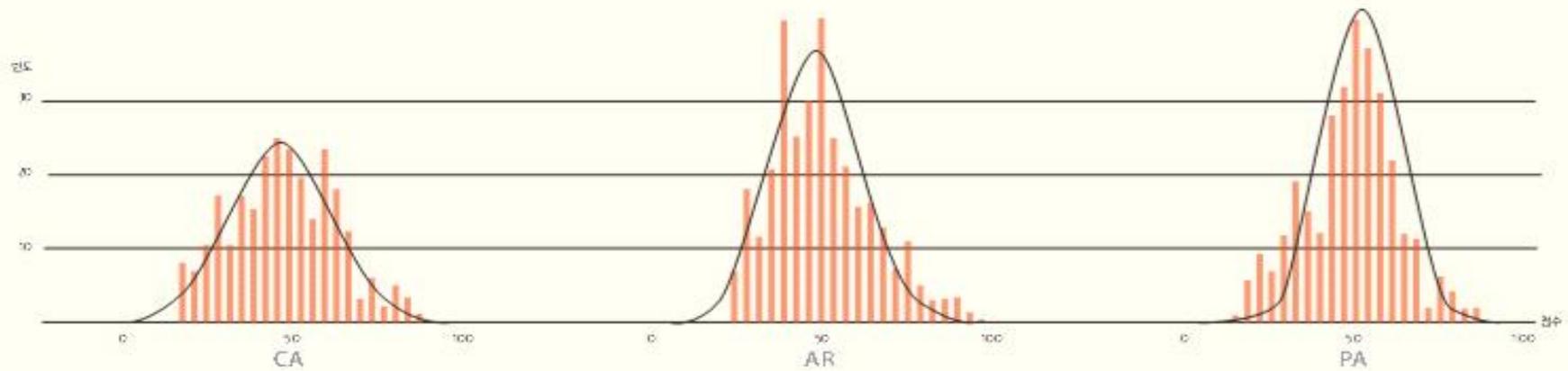
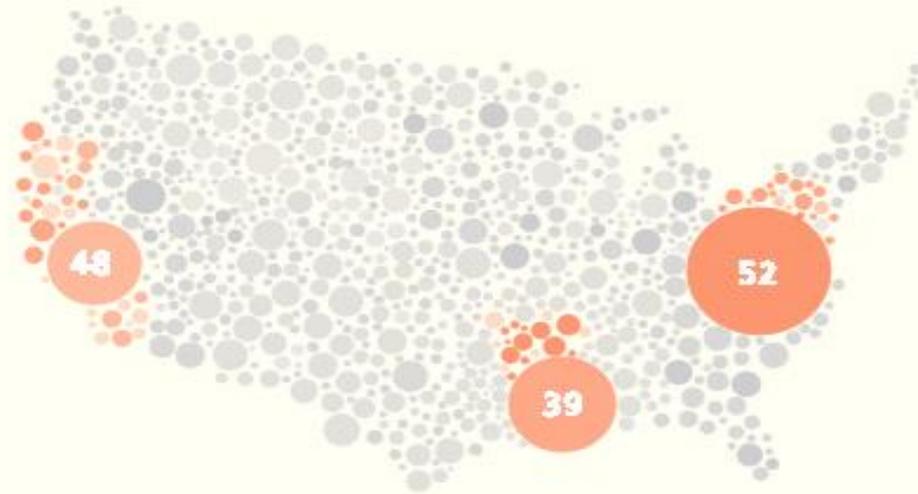
● 한식 확산 지수(0~100점 만점)



Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

# 지역별 한식 확산 평가 지수

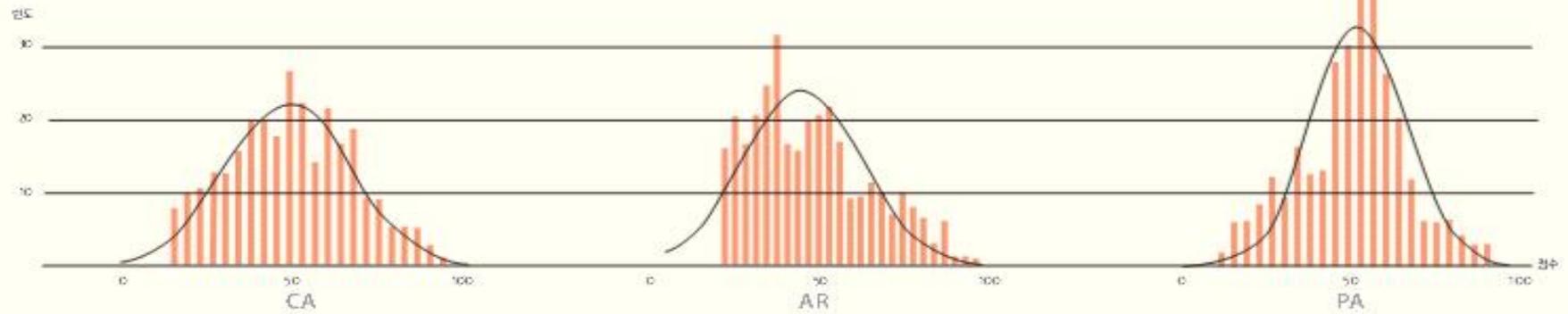
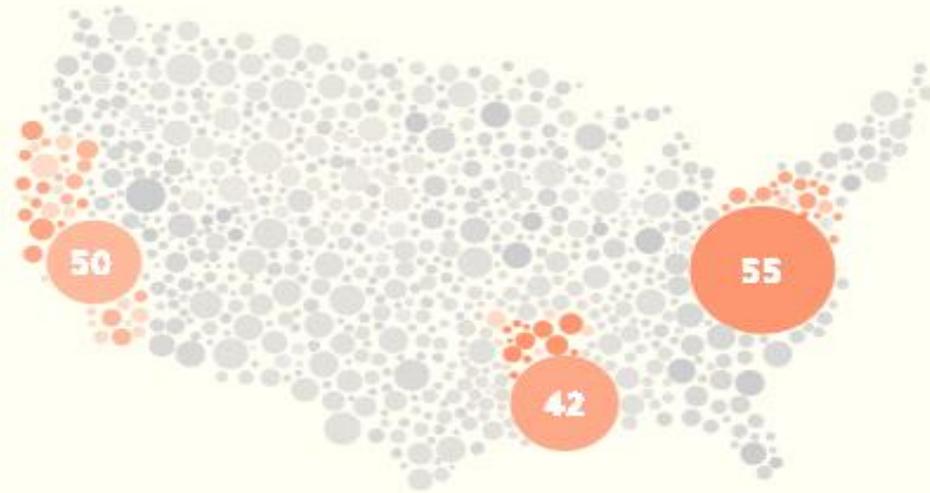
● 한식 확산 평가 지수 (상대적)



Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

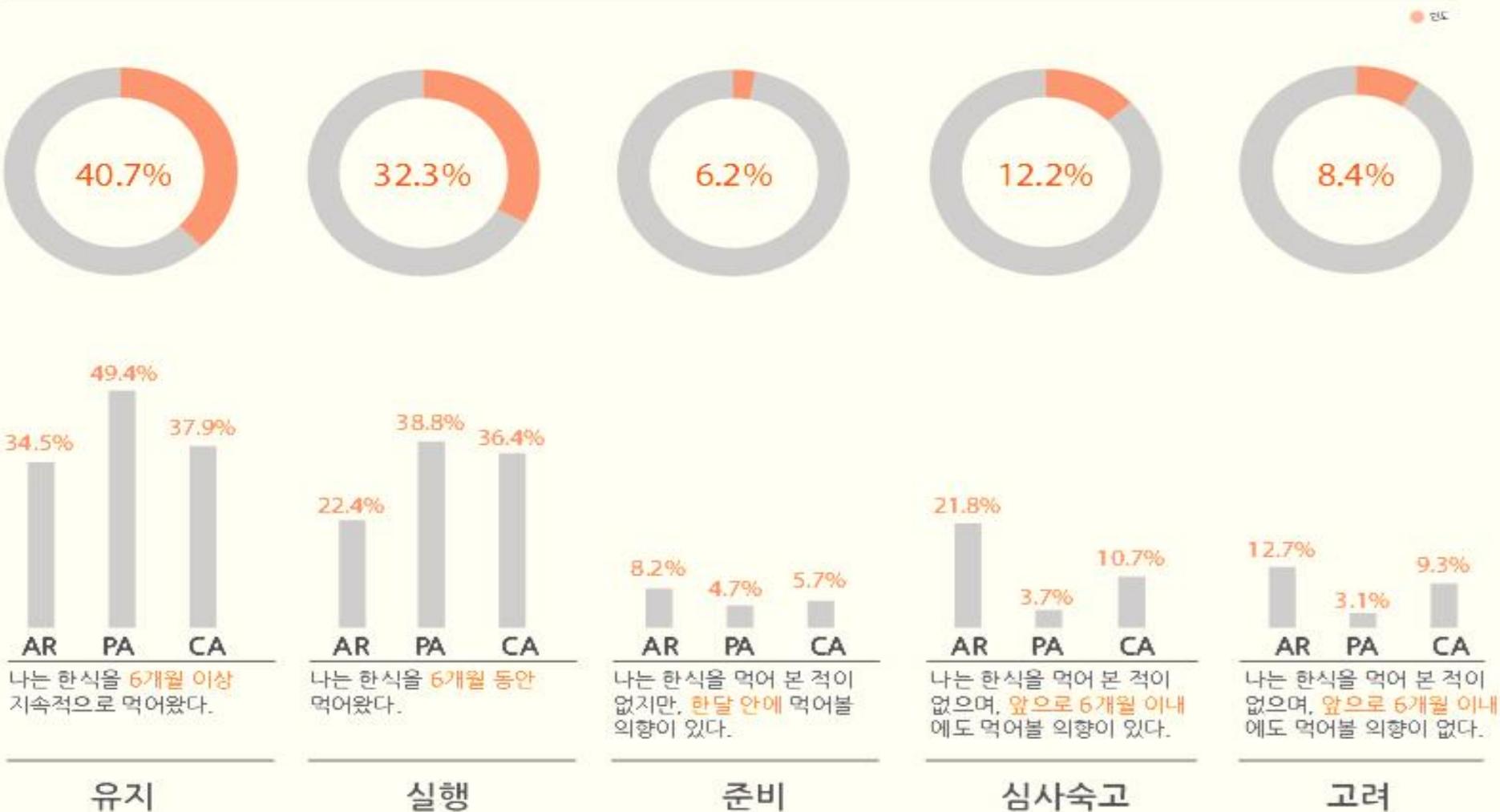
# 지역별 한식 확산 평가 지수

● 한식 확산 평가 지수 (점수)



Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

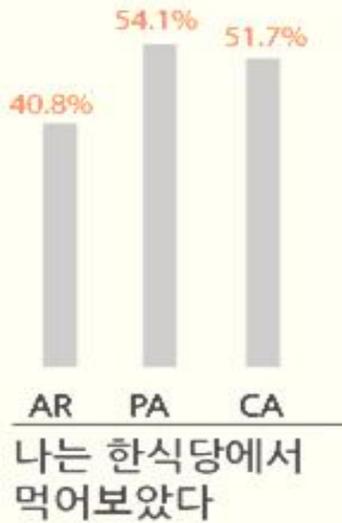
## 한식 적응 변화 단계



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

초기 개혁 방법

인도



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

# 한식 확산을 위한 의견 지도자

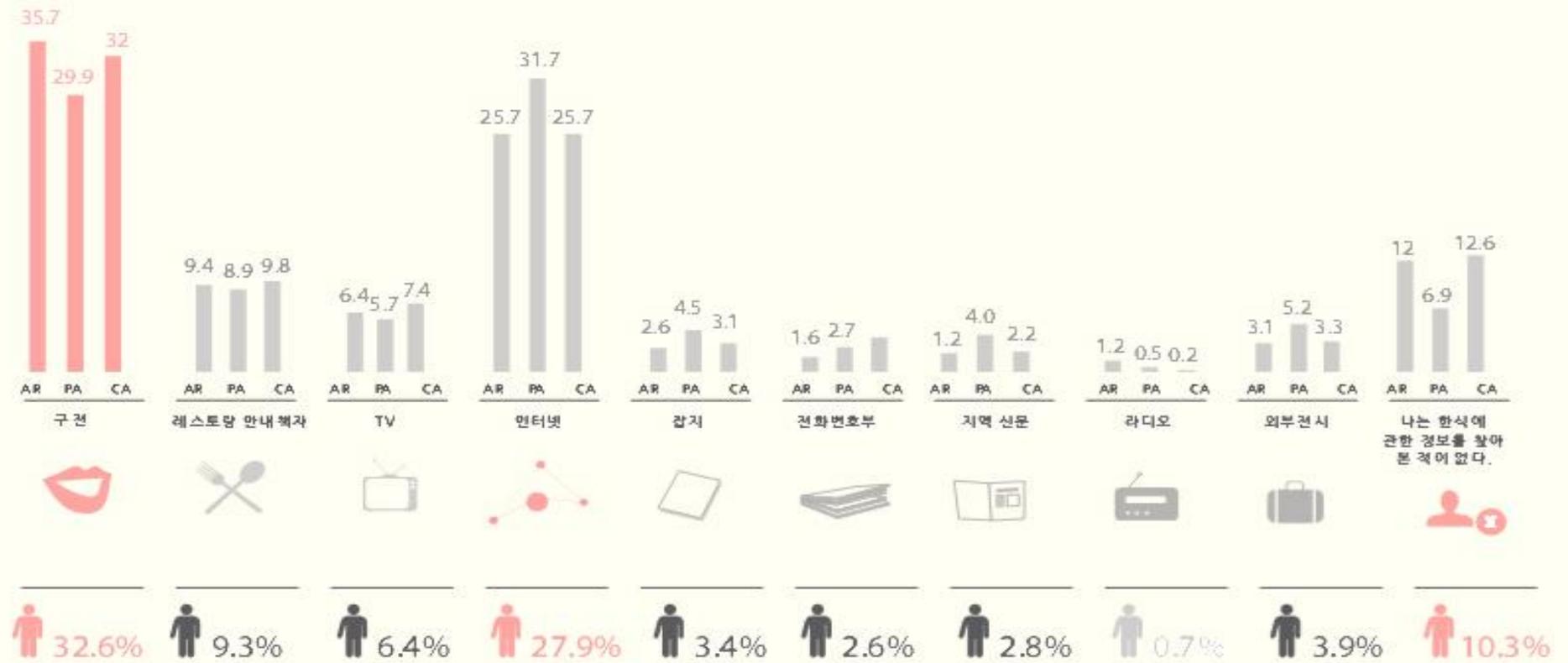
● 만도



Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

# 한식의 상호 소통 경로

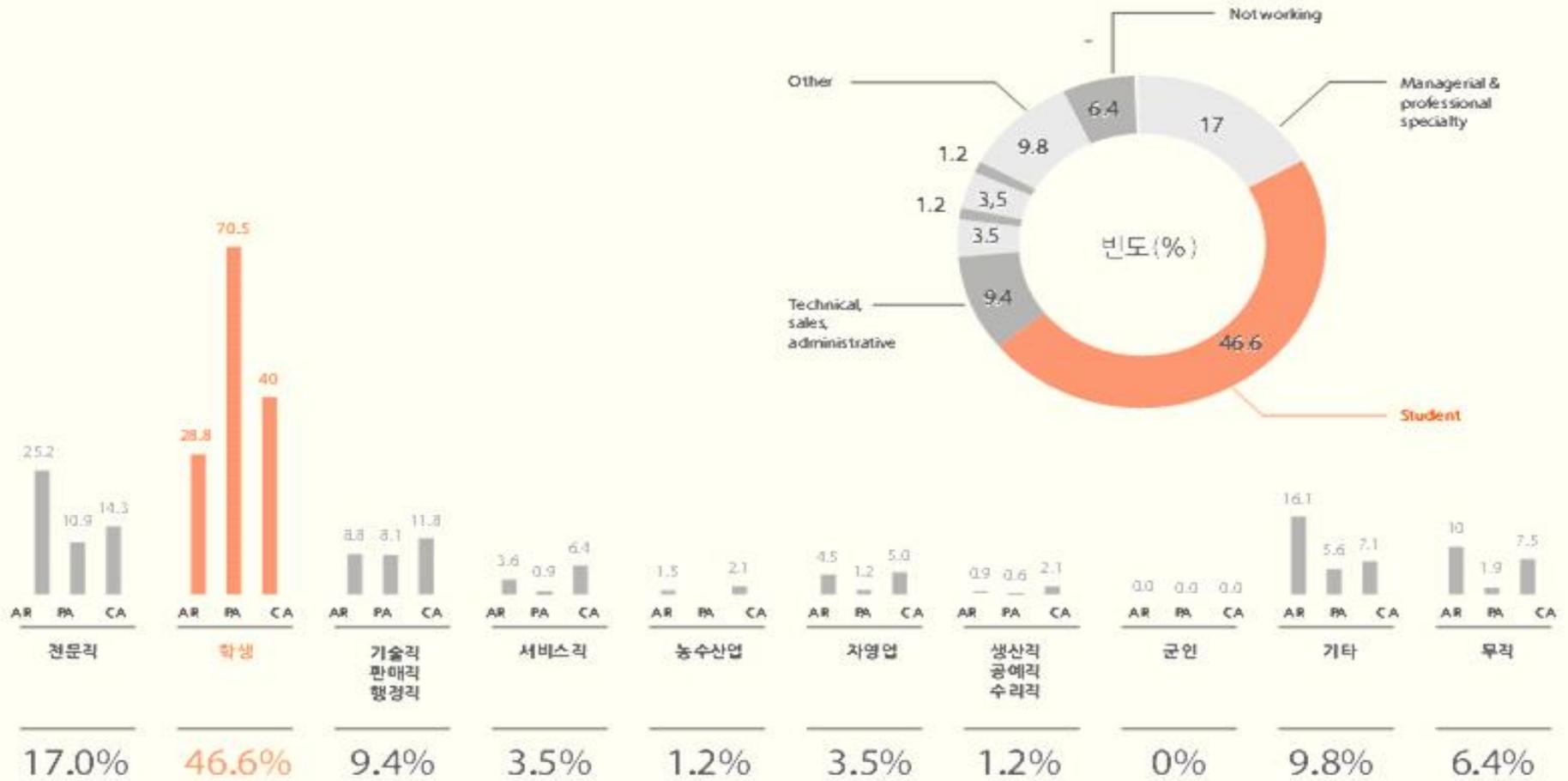
● 연도(%)



Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

# 직업 구성

● 빈도 (%)



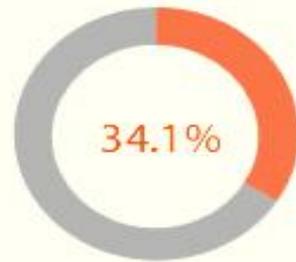
Note: AR - Arkansas, PA - Pennsylvania, CA - California

# 결혼상태

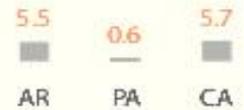
● 만 15세



미혼



기혼



이혼/별거

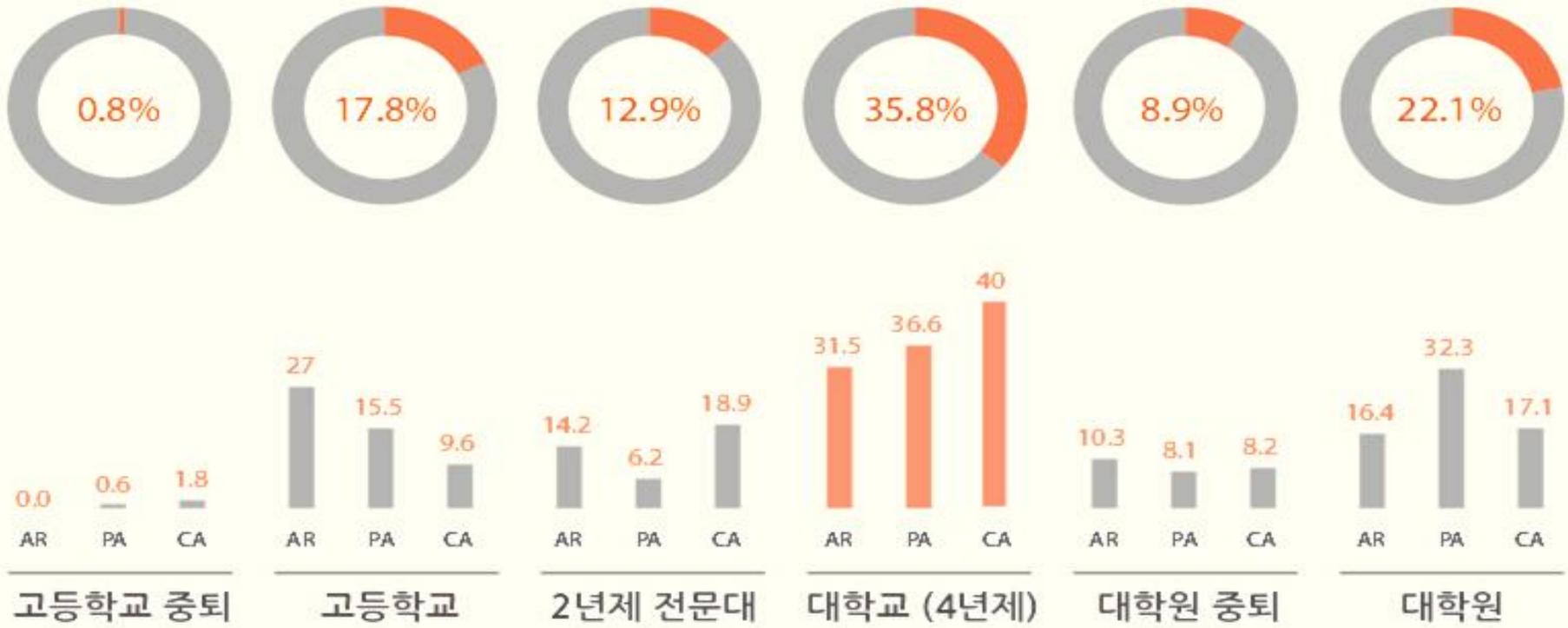


과부

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

# 최종 학력

● 연도 : %

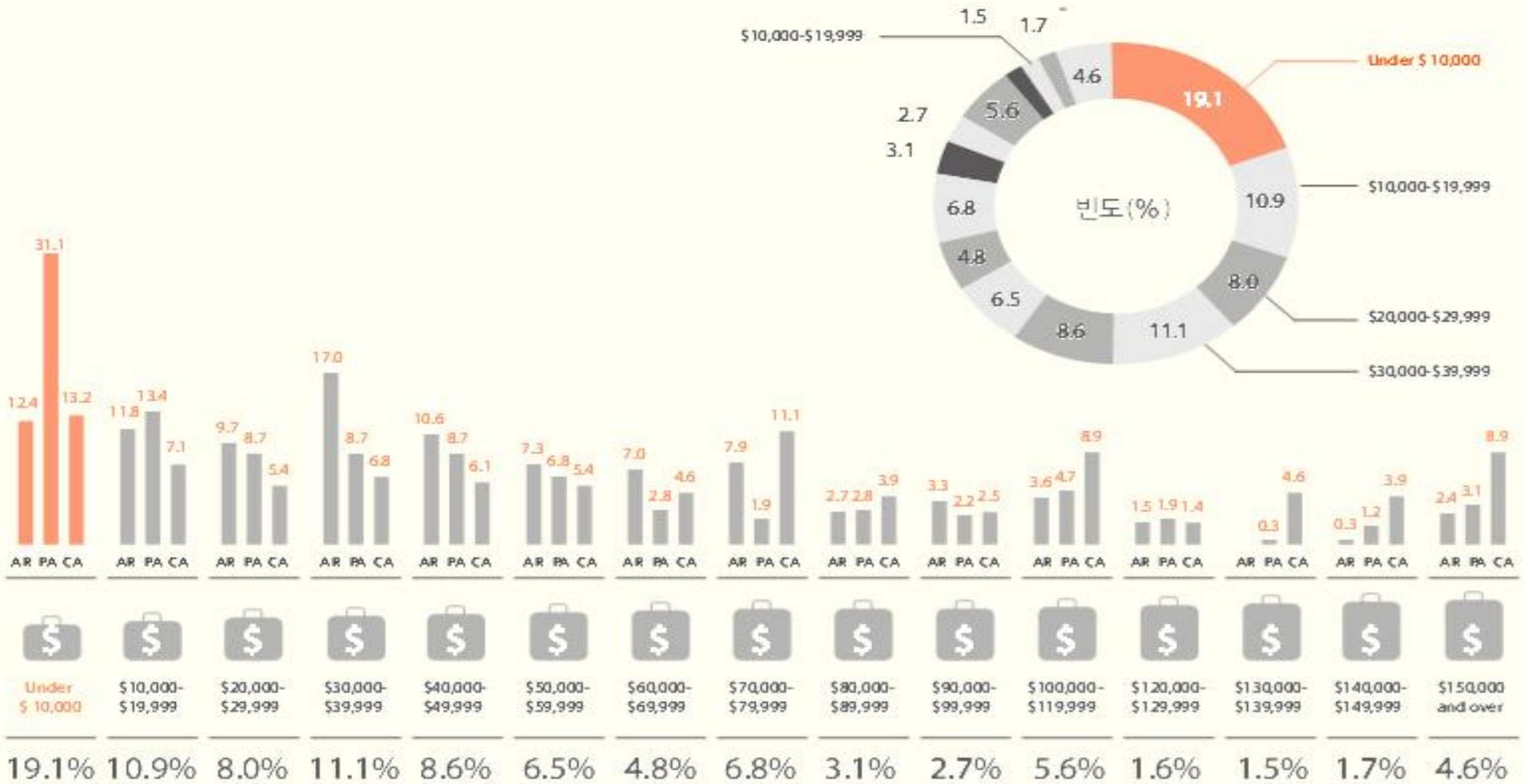


Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

# 소득수준

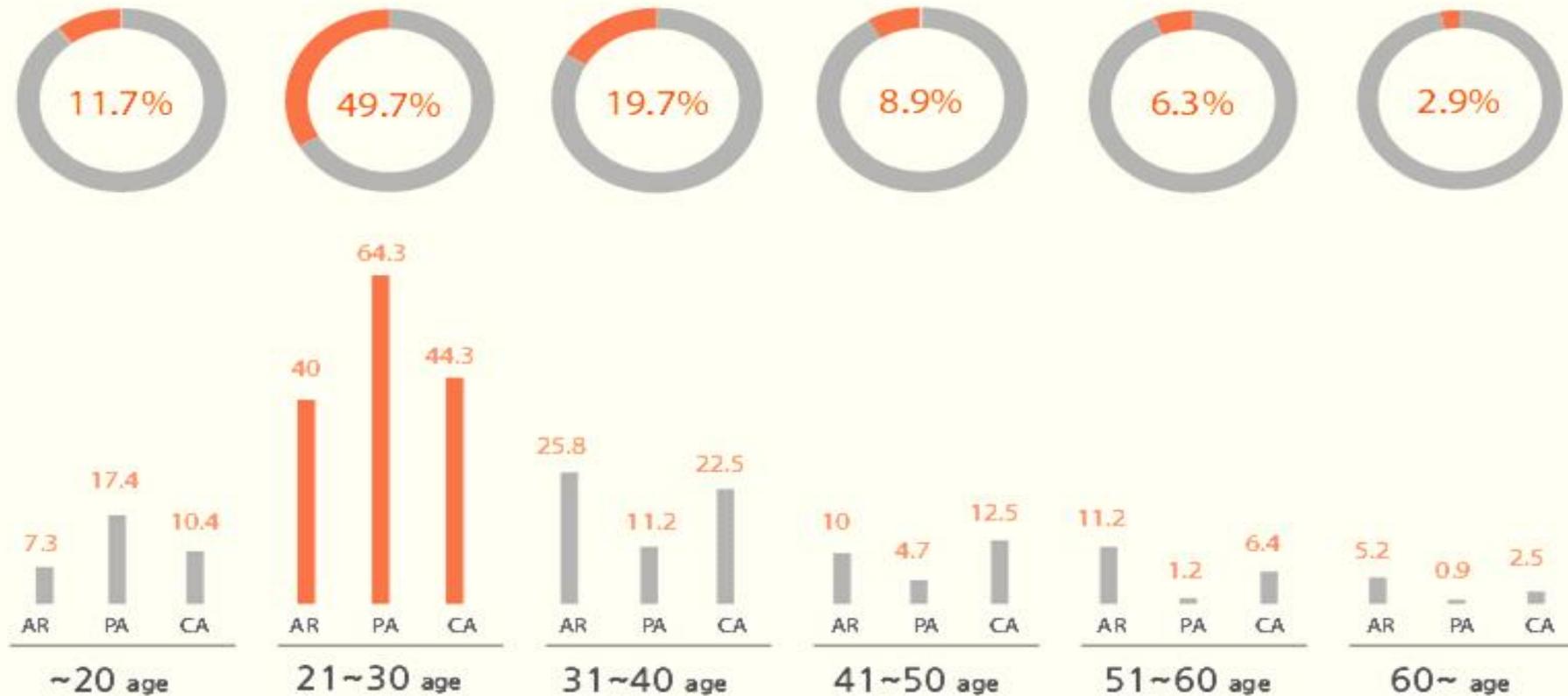
Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

● 빈도 (%)



# 나이

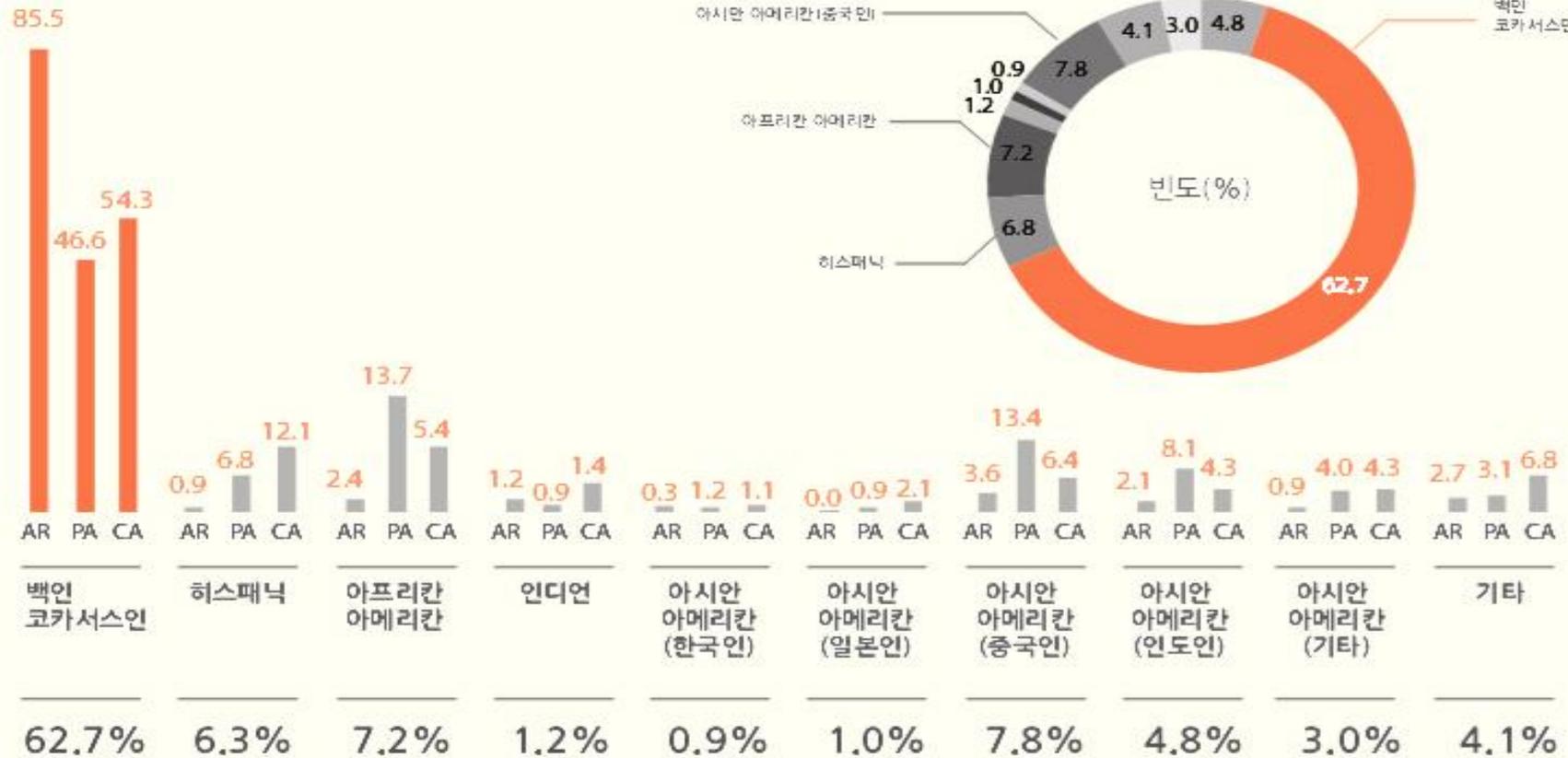
● 한국 (%)



Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

# 민족성

● 인도 (%)



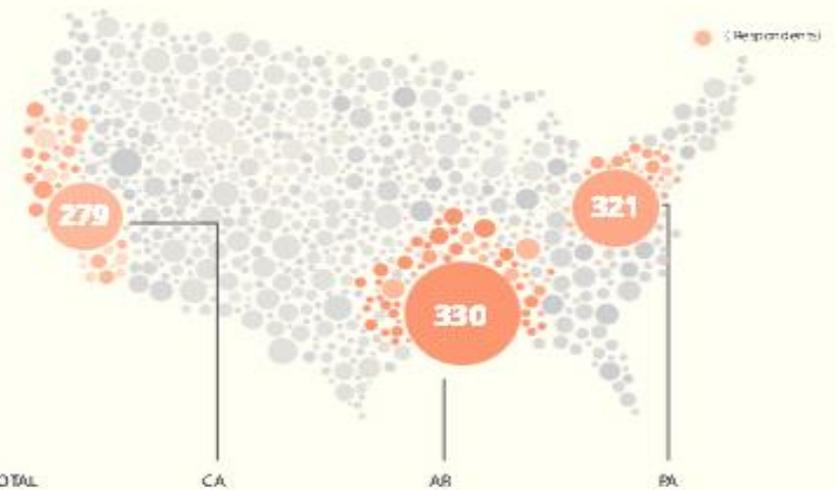
Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

< 별첨4 > 최종 개발된 한식 확산 지도(The final developed Korean food diffusion map) - [영어버전, English version]



## ADAPTER CATEGORY FEATURE

### ADAPTER CATEGORY DISTRIBUTION OF KOREAN FOOD



#### Adapter Category

Adapter Category	Description	Total %	CA	AR	PA
<b>INNOVATORS</b>	I can't wait to try new food.	<b>47.3%</b>	32.1%	<b>12.4%</b>	45%
<b>EARLY ADOPTERS</b>	I would rather wait until I feel certain about the new food. I usually make good choices, and my opinions are well respected.	<b>22.1%</b>	21.1%	19.1%	<b>28.1%</b>
<b>EARLY MAJORITY</b>	I am not crazy about new food but do not mind going with someone to try it.	<b>18.7%</b>	<b>28.1%</b>	12.7%	18.3%
<b>LATE MAJORITY</b>	I am cautious and rather skeptical. I only follow someone who likes it.	<b>6.5%</b>	<b>8.3%</b>	3.6%	7.1%
<b>LAGGARD</b>	I am suspicious of new food. It usually takes a long time for me to try it.	<b>5.2%</b>	<b>11.1%</b>	2.1%	3.1%

Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

# KOREAN FOOD DIFFUSION EVALUATION INDEX BY STAGE

● Diffusion Evaluation Index



California

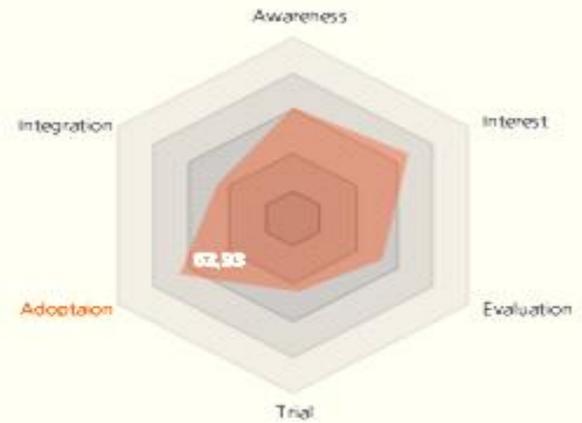
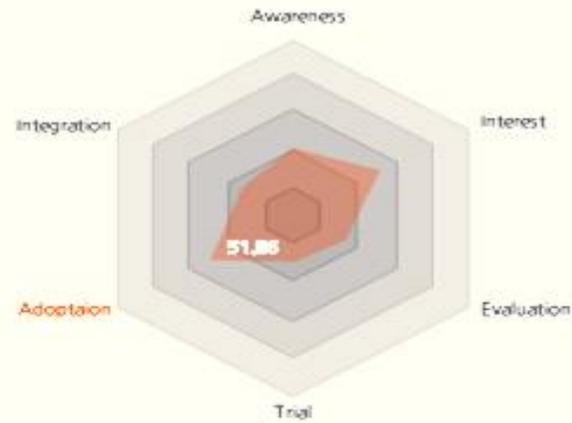
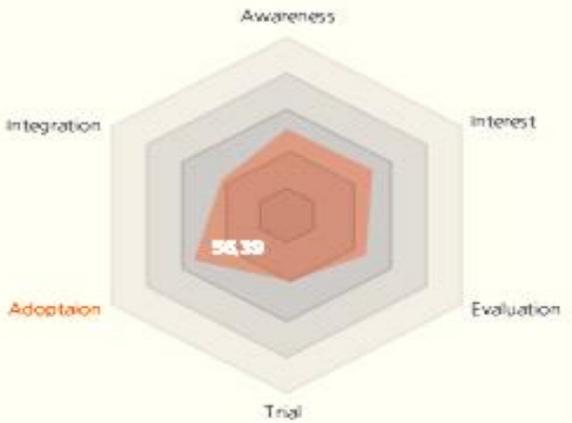


Arkansas



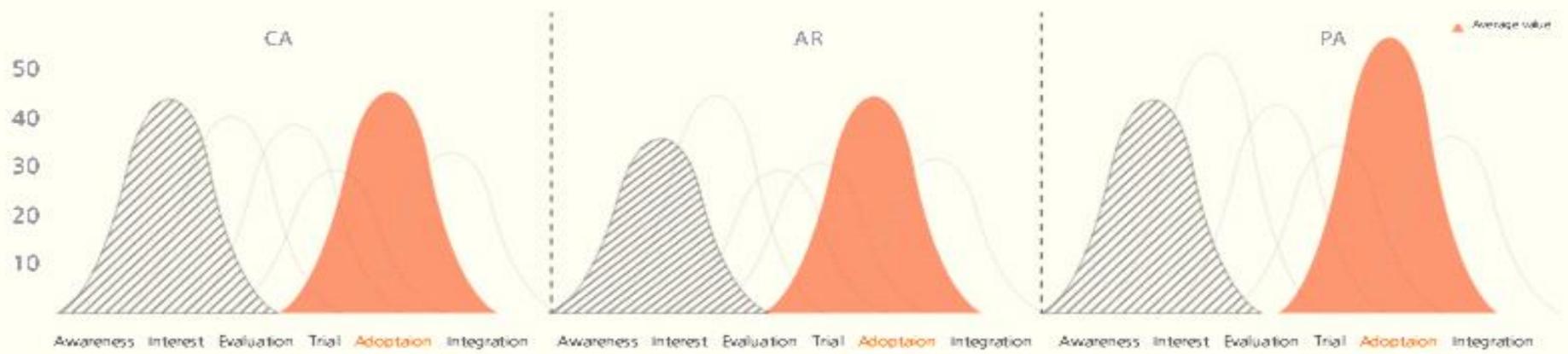
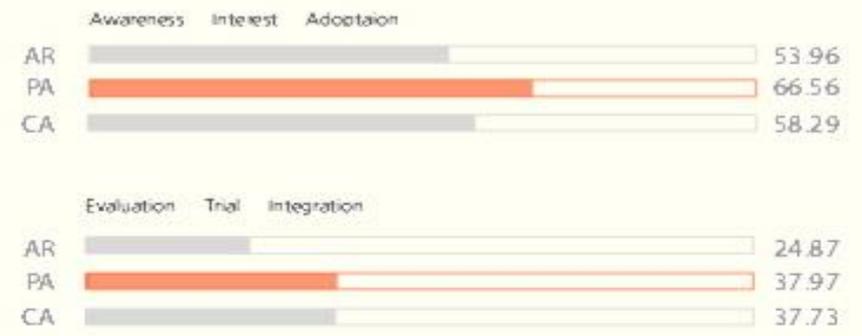
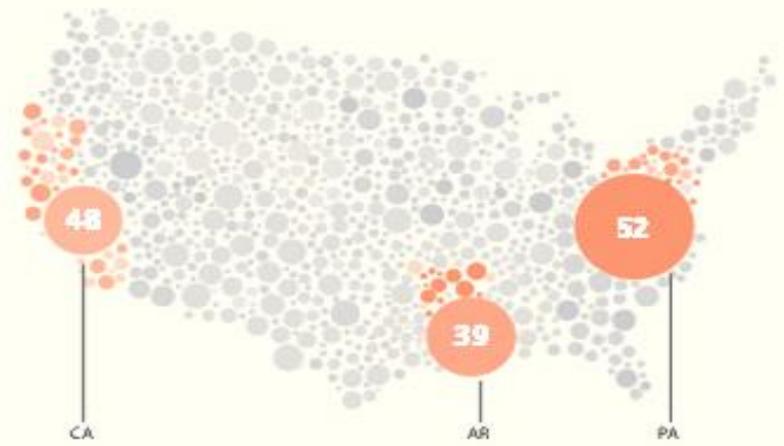
Pennsylvania

● Average value



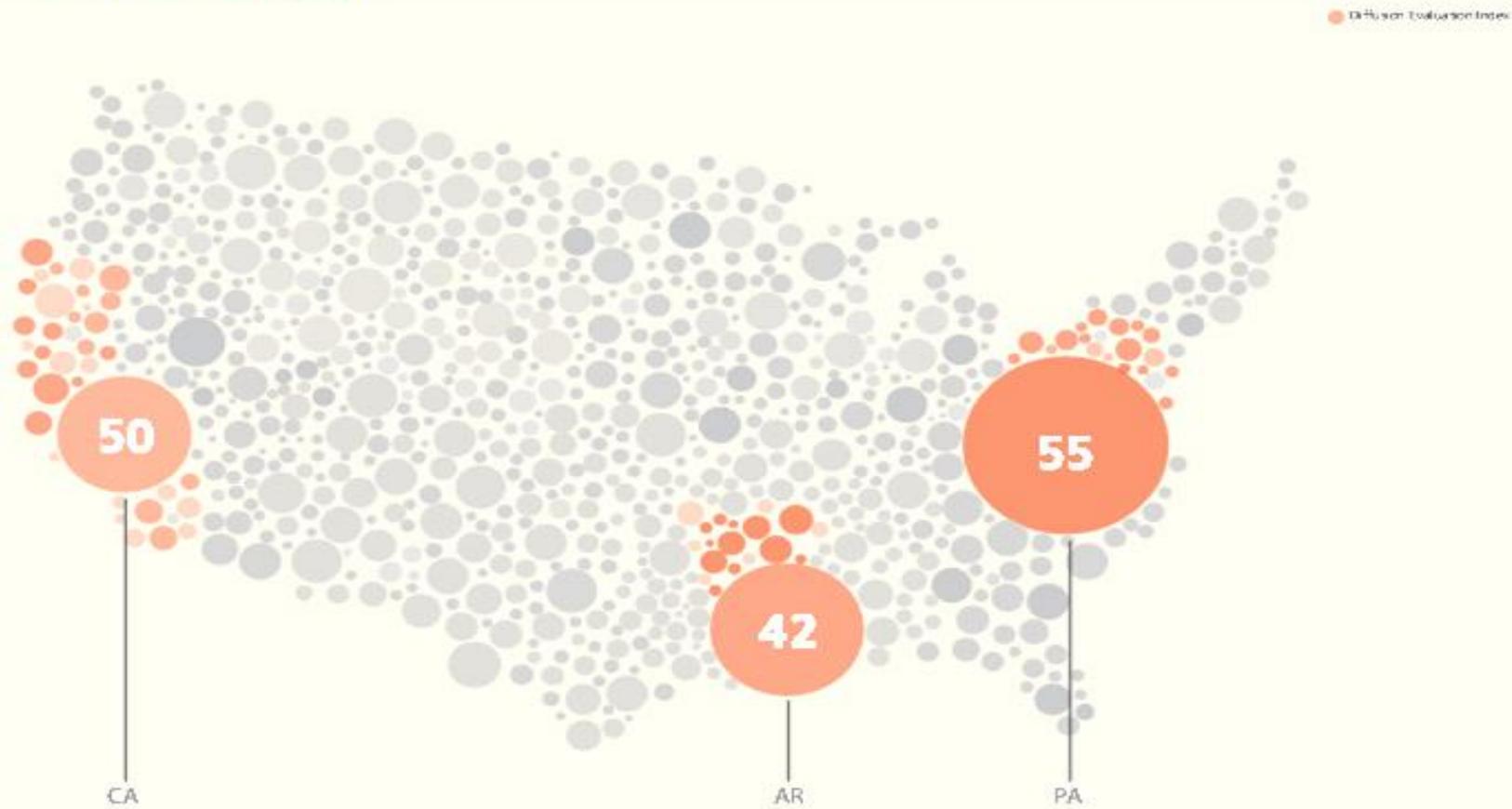
# KOREAN FOOD DIFFUSION EVALUATION INDEX BY STAGE

● Diffusion Evaluation Index



Note: AR – Arkansas; PA – Pennsylvania; CA – California

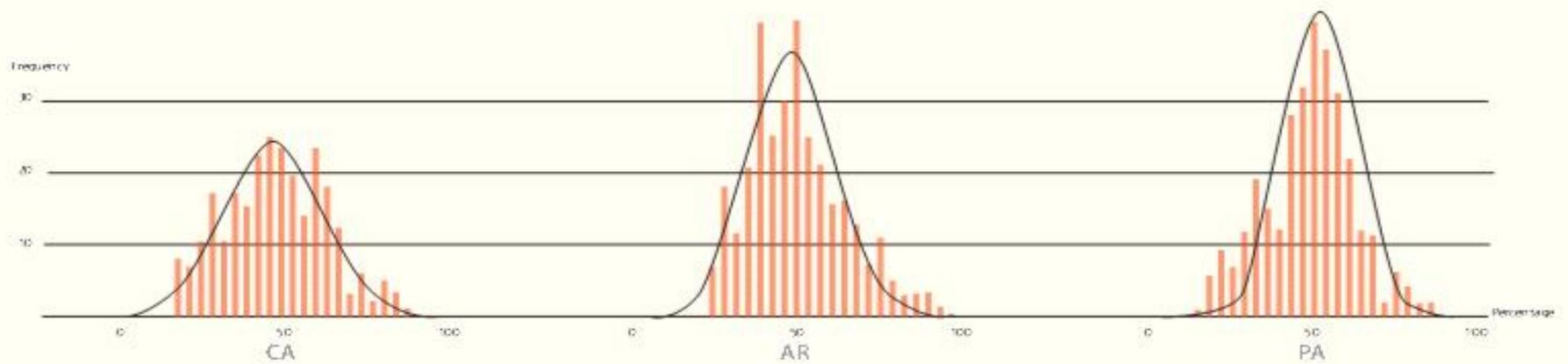
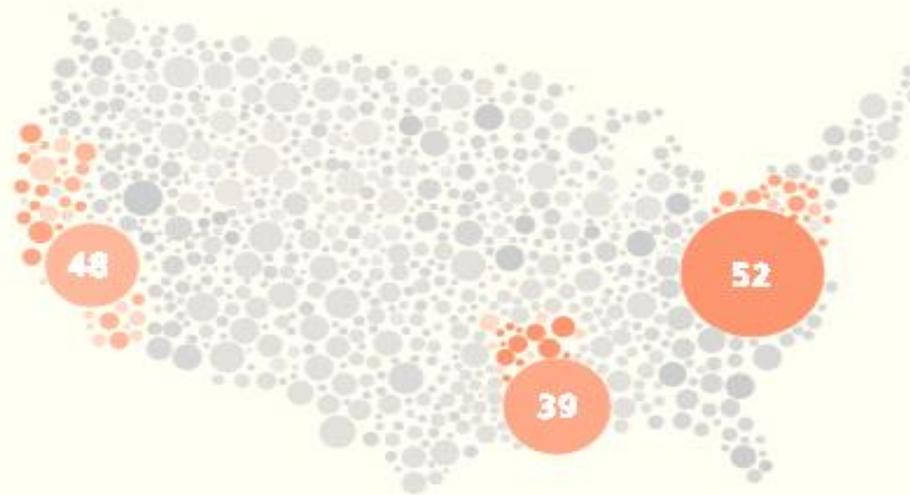
## KOREAN FOOD DIFFUSION EVALUATION INDEX BY STAGE



Note: AR – Arkansas; PA – Pennsylvania; CA – California

# KOREAN FOOD DIFFUSION EVALUATION INDEX BY STAGE

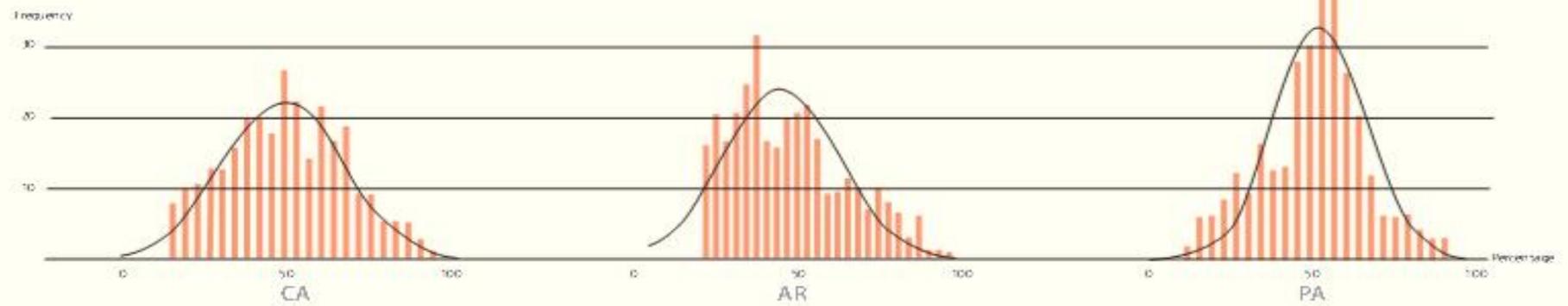
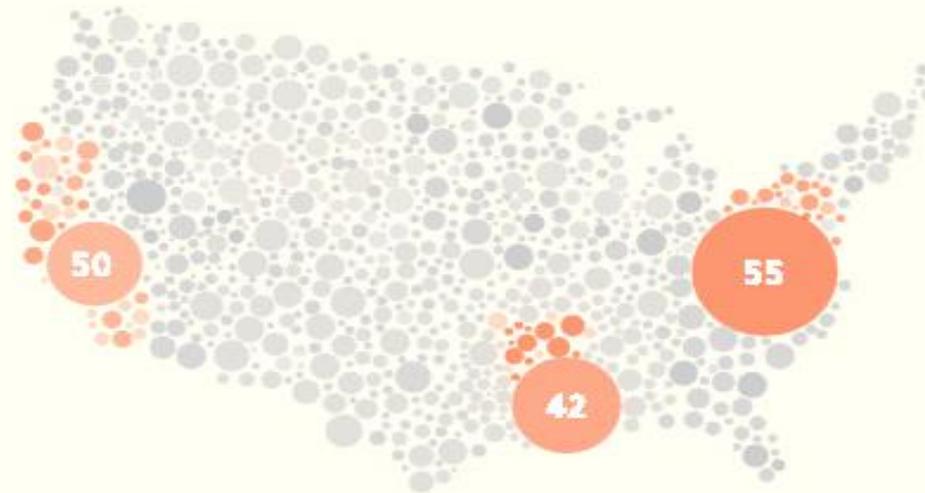
● Diffusion Evaluation Index (Original Data percentage)



Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

# KOREAN FOOD DIFFUSION EVALUATION INDEX BY STAGE

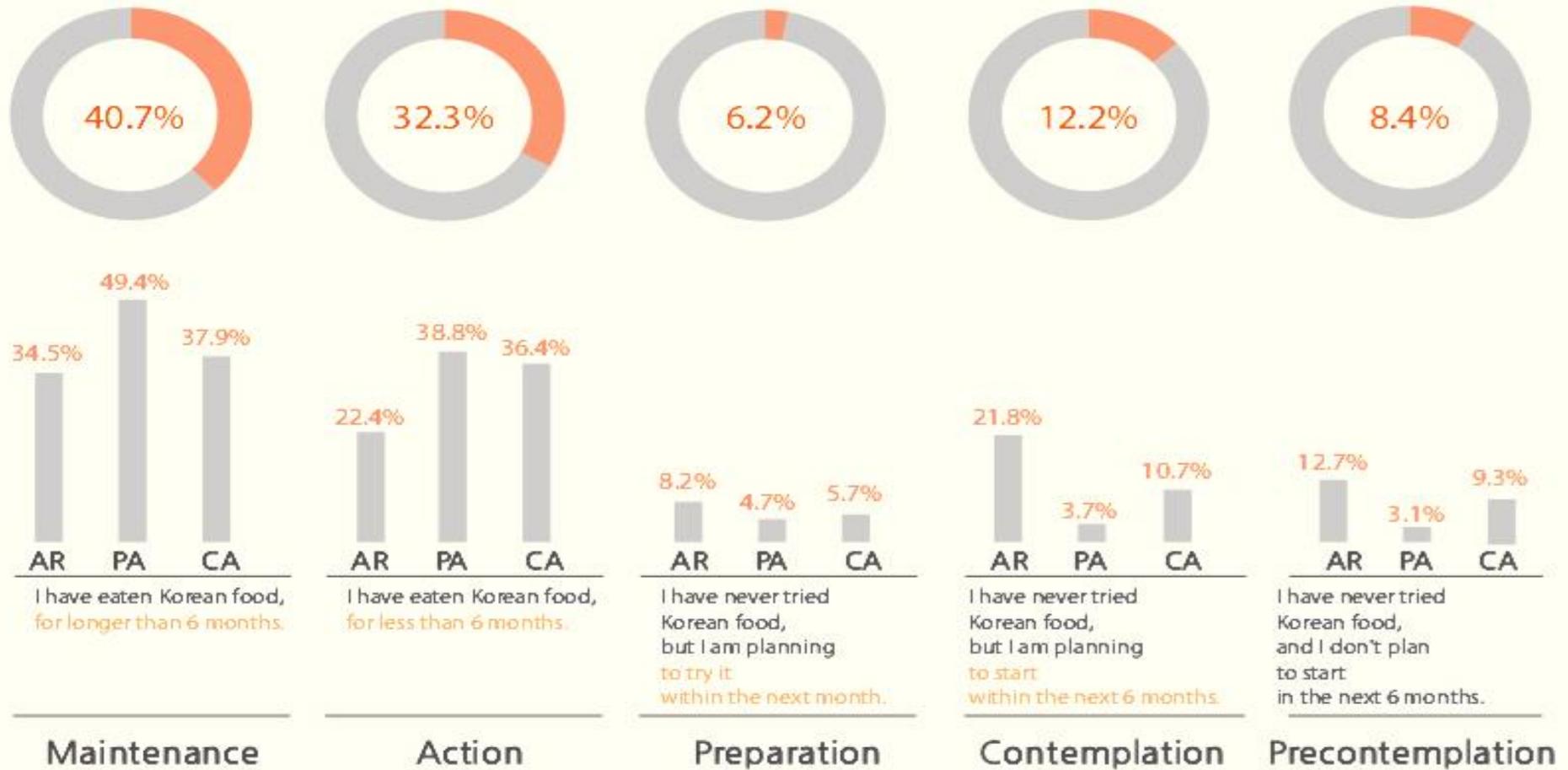
● Diffusion Evaluation Index (Original Data percentage)



Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

## ADAPTION CHANGE PROCESS OF KOREAN FOOD

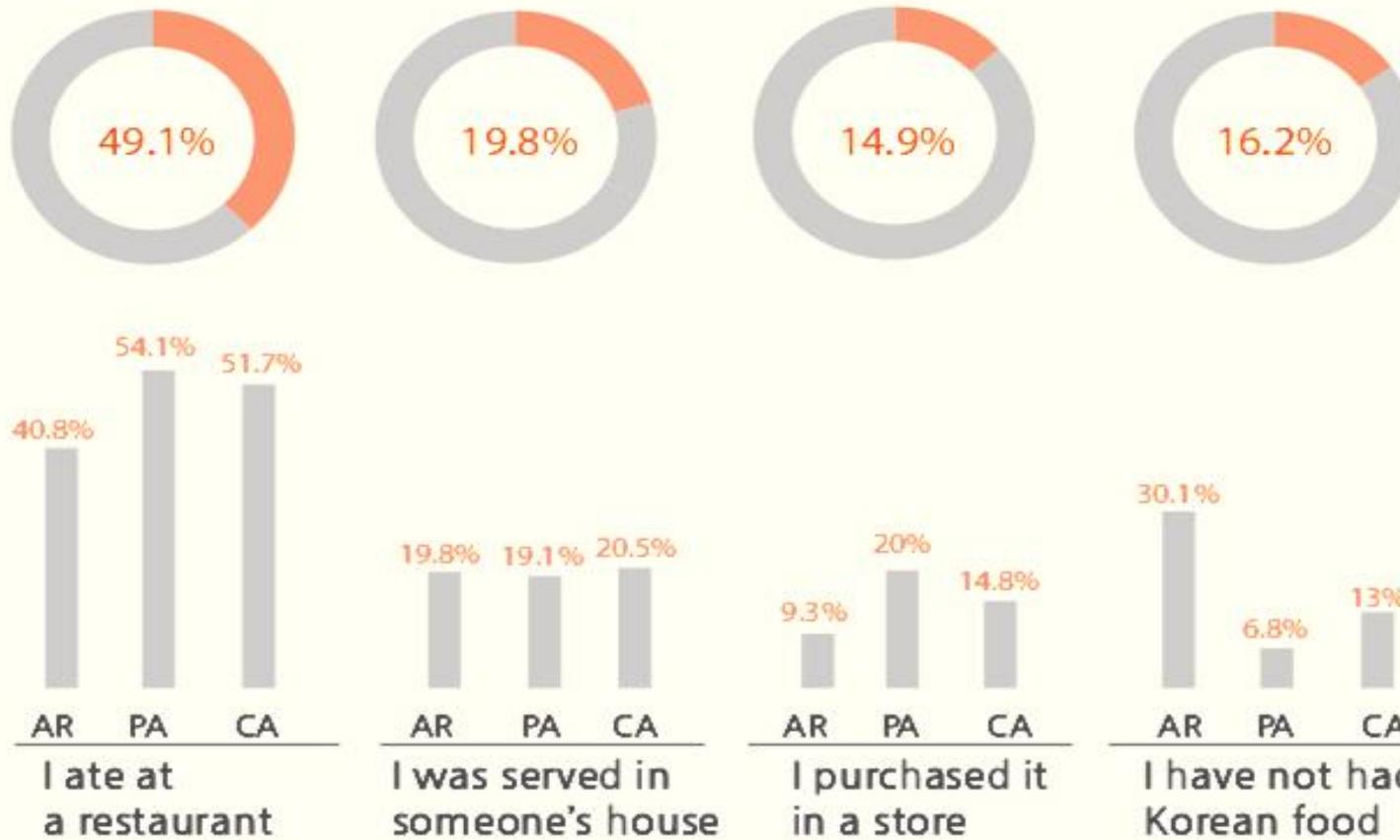
Percentage



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

## INITIAL INNOVATION METHOD

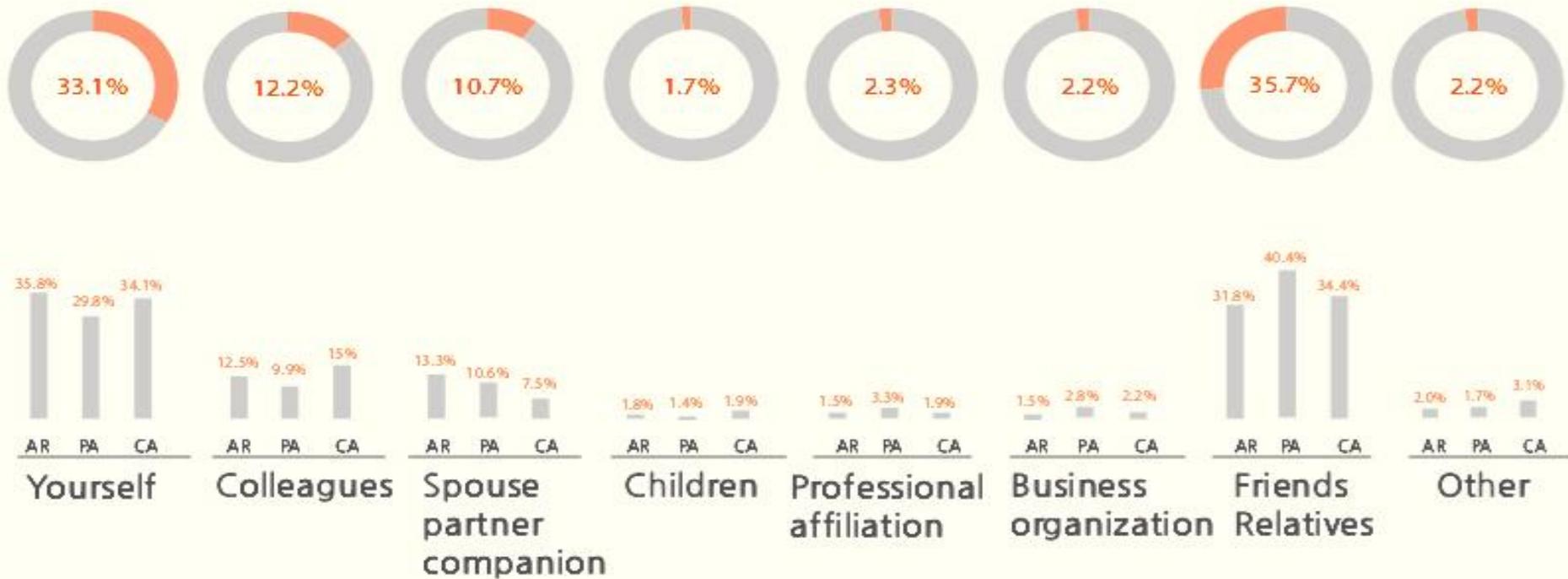
Percentage



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

## OPINION LEADER FOR KOREAN FOOD DIFFUSION

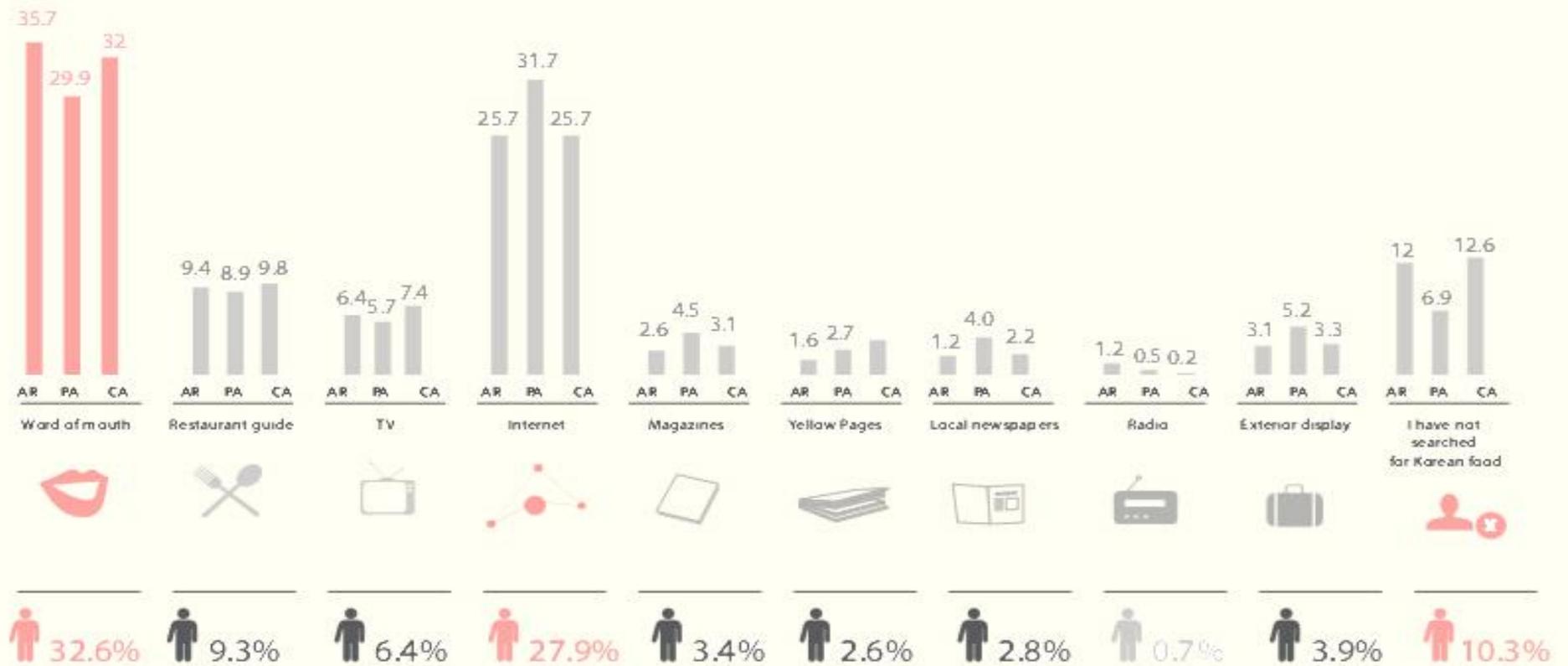
Percentage



Note: AR – Arkansas; PA – Pennsylvania; CA – California

# MUTUAL COMMUNICATION CHANNEL OF KOREAN FOOD

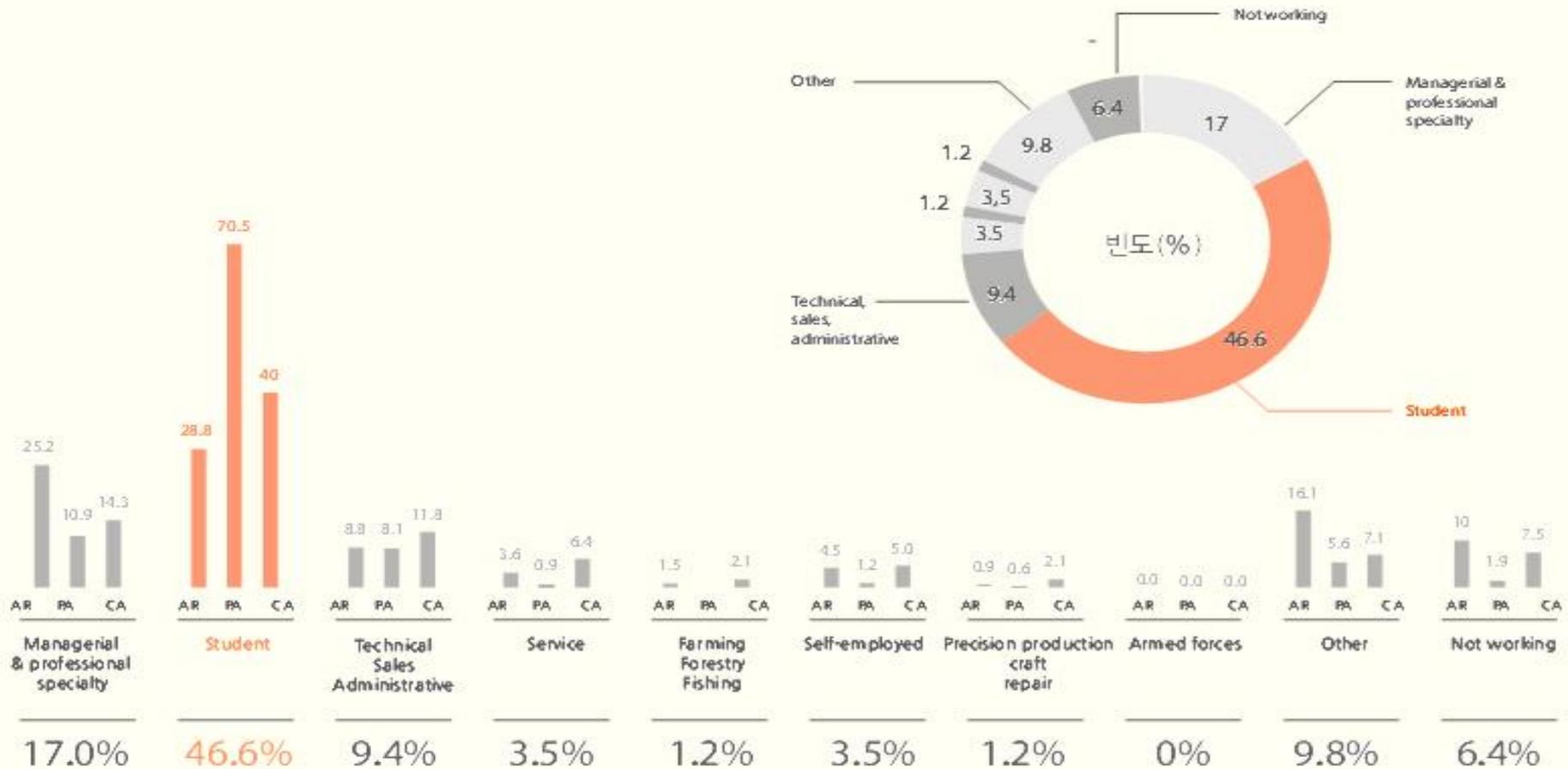
Percentage



Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

# OCCUPATION

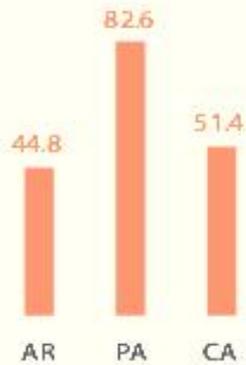
Percentage



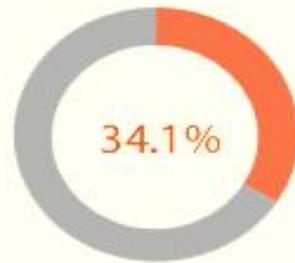
Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

# MARITAL STATUS

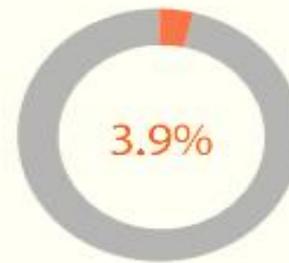
Percentage



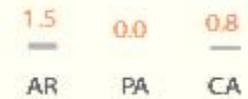
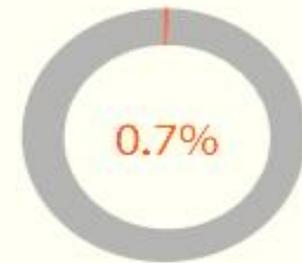
Single



Married



Divorced/separated

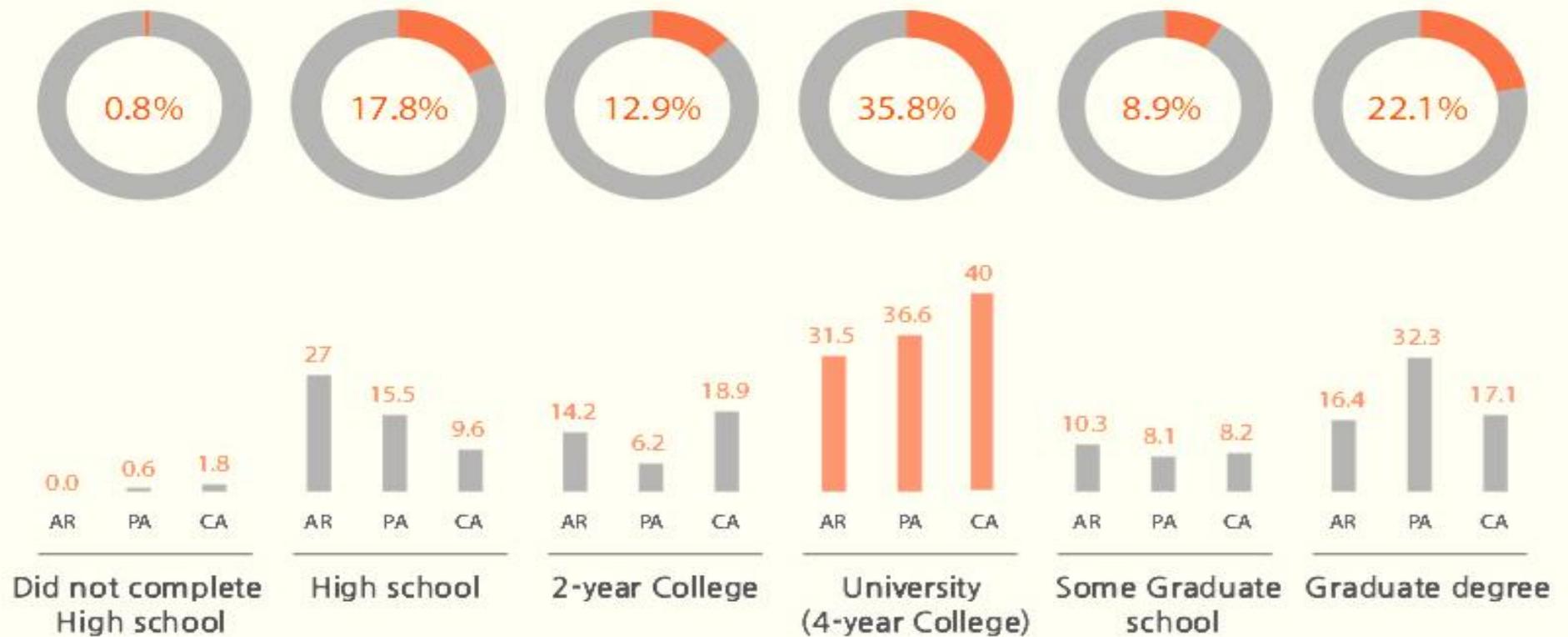


Widowed

Note: AR – Arkansas; PA – Pennsylvania; CA – California

## EDUCATION LEVEL

Percentage

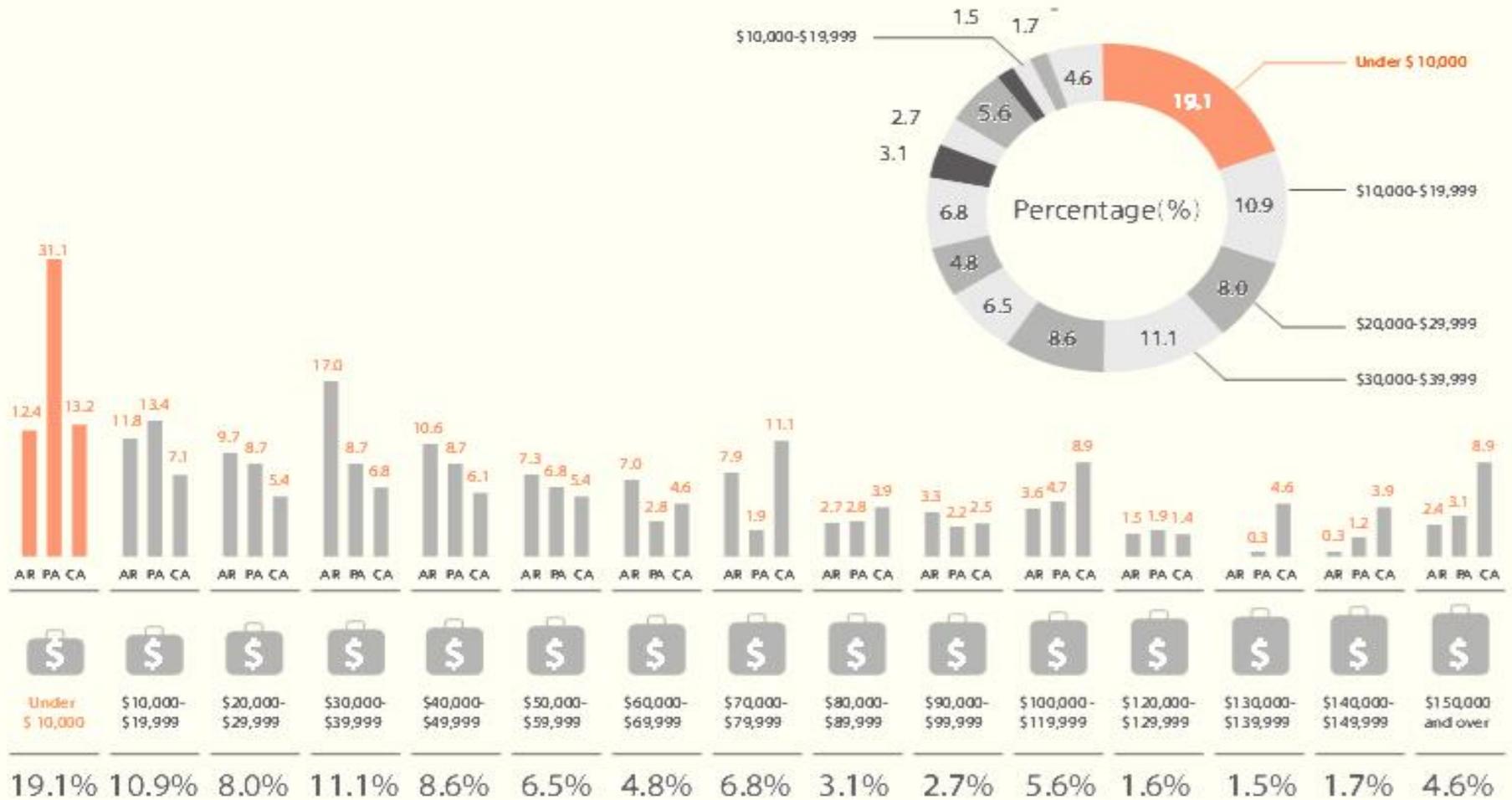


Note: AR – Arkansas; PA – Pennsylvania; CA – California

# INCOME LEVEL

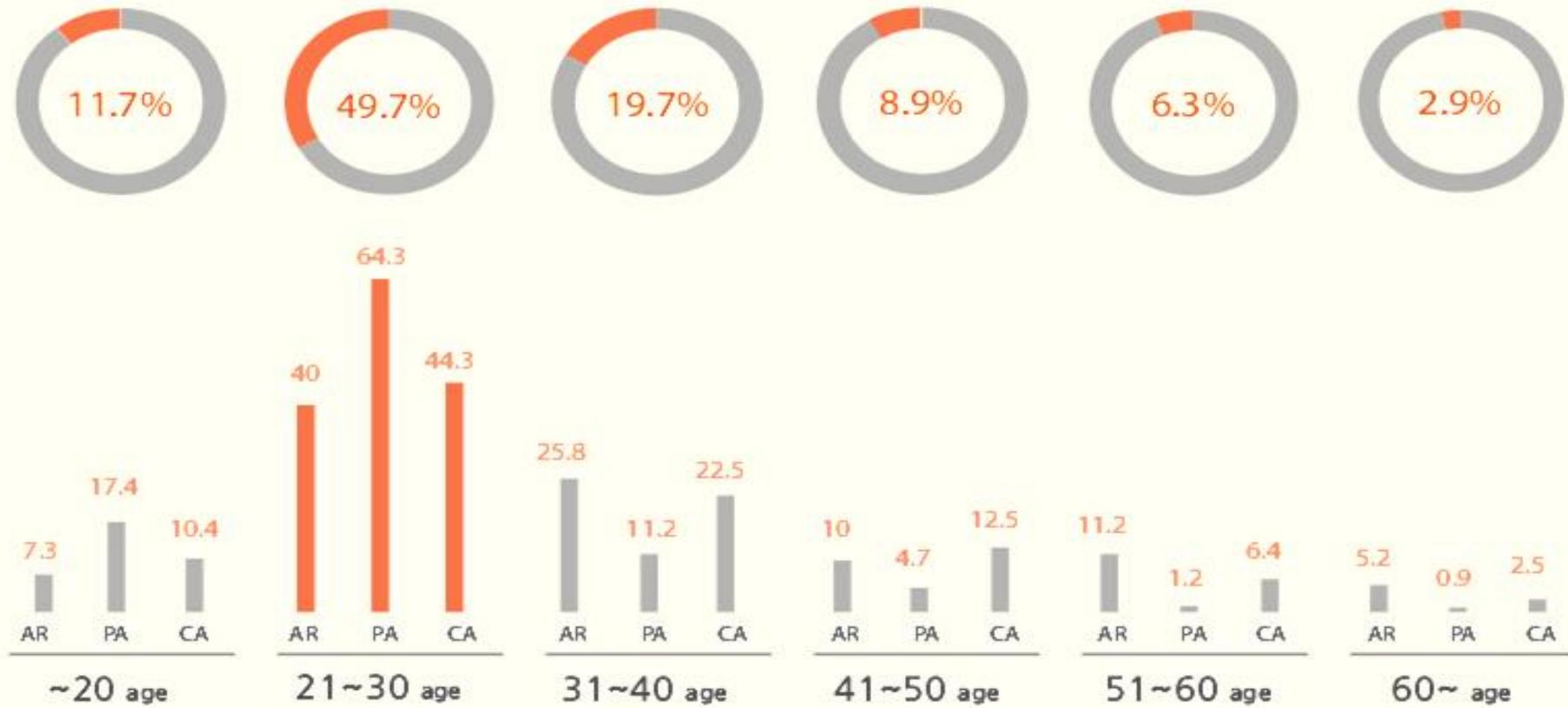
Note: AR = Arkansas; PA = Pennsylvania; CA = California

Percentage



# AGE

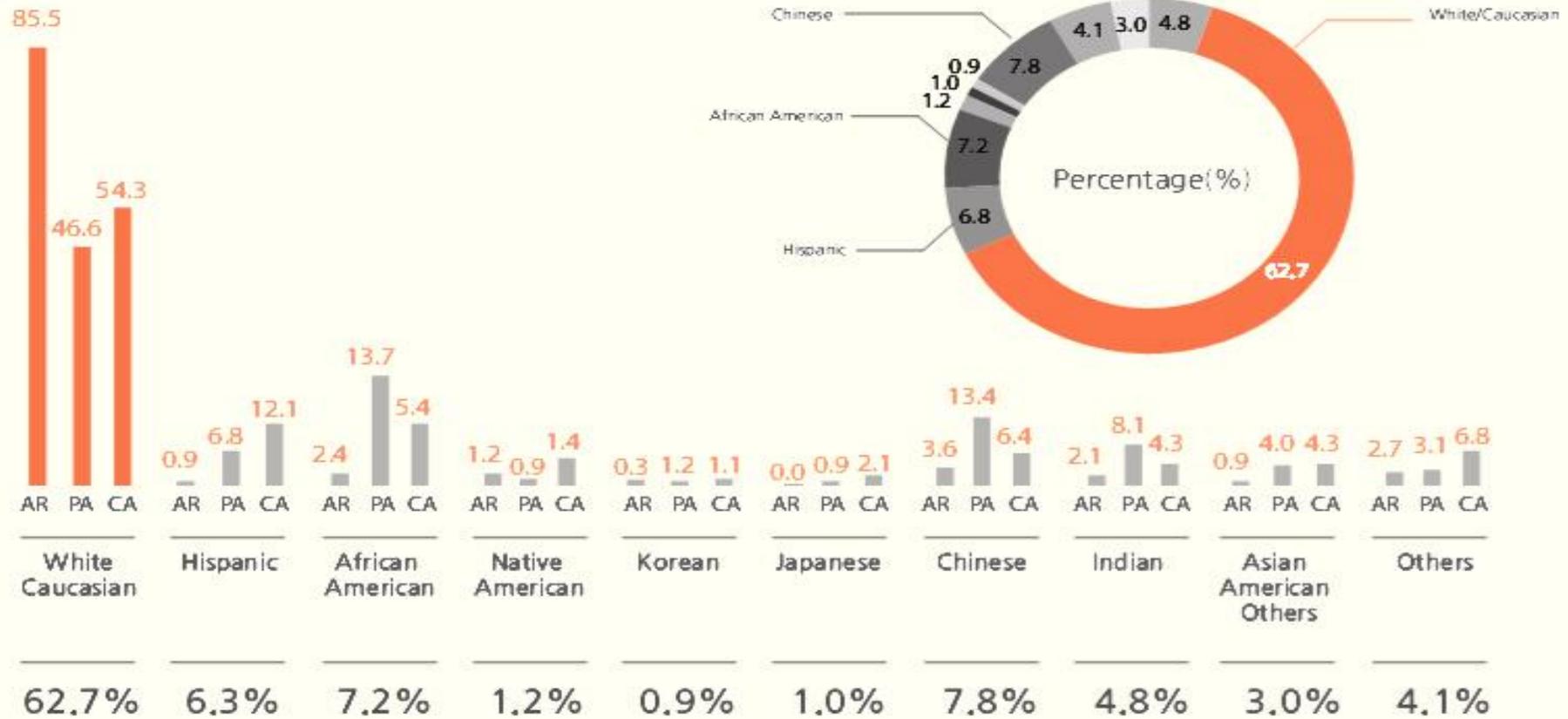
Percentage



Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

# ETHNICITY

Percentage



Note: AR - Arkansas; PA - Pennsylvania; CA - California

## 주 의

1. 이 보고서는 농림수산식품부에서 시행한 한식 현지화 지원사업의 연구보고서입니다.
2. 이 보고서 내용을 발표할 때에는 반드시 농림수산식품부에서 시행한 한식 현지화 지원사업의 연구결과임을 밝혀야 합니다.
3. 국가과학기술 기밀유지에 필요한 내용은 대외적으로 발표 또는 공개하여서는 아니 됩니다.